



—



—



ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

**НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ.
ИННОВАЦИИ**

г. НОВОСИБИРСК
8 – 12 ДЕКАБРЯ 2025 г.

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

ЧАСТЬ **7**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

НАУКА ТЕХНОЛОГИИ ИННОВАЦИИ

**Сборник
научных трудов**

**г. Новосибирск, 08 декабря – 12 декабря 2025 г.
в девяти частях**

Часть 7

НОВОСИБИРСК
2026

УДК 62(063)
ББК 72.5я431
НЗ4

НЗ4 НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ // Сборник научных трудов
в 9 ч. / под редакцией Захаровой Е. В. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2026.

ISBN 978-5-7782-5564-7
Часть 7: – 598 с.
ISBN 978-5-7782-5571-5

В сборнике публикуются материалы по научным направлениям: *«Гуманитарные науки и современность»*.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель Оргкомитета:

Батаев А. А., д.т.н., профессор, ректор НГТУ

Зам. председателя Оргкомитета:

Отто А. И., к.т.н., проректор по научной работе и инновациям НГТУ

Программный комитет:

Драгунов В. П., д.т.н., профессор, начальник ОПК ВК,

Корель И. И., к.ф.-м.н., доцент, декан ФТФ

Осьмук Л. А., д.соц.н., профессор, директор ИСТР

Рева И. Л., к.н.т., доцент, декан АВТФ

Мелехина Е. А., к.п.н., доцент, декан ФГО

Чинахов Д. А., д.т.н., доцент, декан ФЛА

Тимофеев В. С., д.т.н., доцент, декан ФПМИ

Эзрох Ю. С., д.э.н., доцент, декан ФБ

Стрельцов С. А., к.т.н., доцент, декан РЭФ

Вильбергер М. Е., к.т.н., доцент, декан ФМА

Тюрин А. Г., к.т.н., доцент, декан МТФ

Русина А. Г., д.т.н., профессор, декан ФЭН

УДК 62(063)
ББК 72.5я431

ISBN 978-5-7782-5571-5 (Ч.7)
ISBN 978-5-7782-5564-7

© Коллектив авторов, 2026
© Новосибирский государственный
технический университет, 2026

НАУЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ – ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Секция СОЦИОЛОГИЯ И МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА

К. М. Бабич, А. А. Чупоршнев

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, bksenia118@gmail.com

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н., доцент

Данная работа рассматривает специфику потребительской социализации пожилых людей в условиях повсеместной цифровизации социально-экономических практик. Целью исследования является выявление особенностей и барьеров потребительской социализации пожилых людей в цифровом обществе. Практическая значимость работы заключается в возможности выработки рекомендаций для государства, бизнеса и гражданского общества, направленных на успешную и безопасную интеграцию пожилых людей в современную цифровую экономику, что способствует повышению качества их жизни и снижению социальной напряженности.

In the context of the widespread digitalization of the economy and social practices, this article examines the specifics of consumer socialization among older adults. The aim of this research is to identify the features and barriers of consumer socialization for older people in a digital society. It highlights agents of socialization, such as family members acting as "digital intermediaries" and online communities, which facilitate the integration of the older generation into the digital consumer space. The practical significance of the study lies in its potential to inform the development of specific tools and recommendations for the state, businesses, and civil society. These measures are aimed at the successful and safe integration of older adults into the modern digital economy, which will ultimately contribute to an enhanced quality of life for them and a reduction in social tension.

Актуальность исследования обусловлена комплексом взаимосвязанных социальных, демографических и технологических факторов, определяющих проблему исследования. В первую очередь, это устойчивая демографическая тенденция к старению населения, которая делает пожилых людей значимой и растущей социально-экономической группой, чьи потребительские практики требуют глубокого научного осмысления. Параллельно с этим происходит стремительная цифровизация всех сфер жизни, в том числе и потребительской.

Активное внедрение онлайн-торговли, цифровых платежных систем и сервисов на основе платных подписок трансформирует традиционные модели покупок, создавая как новые возможности, так и серьезные вызовы для старшего поколения.

Потребительская социализация пожилых людей в условиях цифровой трансформации общества является критически важным фактором их социальной и экономической инклюзии. В научной литературе подробно исследованы общие аспекты цифрового неравенства, такие как технологические барьеры и возрастные особенности освоения новых технологий. На концептуальном уровне разработаны ключевые положения, подтверждающие, что процесс социализации в пожилом возрасте характеризуется специфическими моделями обучения, где ключевую роль играют члены семьи, выступающие в роли «цифровых посредников» [1, 2]. Кроме того, в социологии потребления широко применяется теория диффузии инноваций Э. Роджерса, которая выделяет категорию «поздних последователей» и «традиционалистов», куда часто попадают представители старшего поколения [3]. Однако, несмотря на общую изученность проблем цифрового разрыва, в доступных источниках отсутствует комплексный анализ, посвященный трансформации самих потребительских практик и идентичности пожилых людей в цифровой среде. Недостаточно изучено, как под влиянием новых агентов социализации (таких как тематические онлайн-сообщества или блогеры-сверстники) у них формируются новые паттерны доверия, лояльности к цифровым брендам и стратегии принятия решений в условиях избыточной информации и рисков мошенничества [4, 5].

Целью работы является выявление особенностей и барьеров потребительской социализации пожилых людей в цифровом обществе. Задачи исследования: 1) Определить основные каналы и агентов социализации; 2) Выявить ключевые трудности, возникающие у пожилых людей, в цифровой среде (технические, психологические); 3) Исследовать изменение потребительских компетенций; 4) Оценить влияние цифровой социализации на благополучие пожилых людей.

Методом сбора информации выбрано глубинное интервью. Эмпирический объект исследования: мужчины и женщины в возрасте 65-80 лет, проживающих в городской местности и имеющих различный опыт использования цифровых потребительских сервисов.

В связи с поставленной целью и задачами был определен ряд ключевых тем, являющихся основой для эмпирического анализа:

1. Поведенческие паттерны в цифровой потребительской среде - частота и цели использования цифровых платформ, специфические практики

(совместные онлайн-покупки с родственниками, использование гарантийных режимов), а также уровень цифровой автономии.

2. Каналы и агенты потребительской социализации - роль семьи как "цифровых посредников", значение онлайн-сообществ и блогеров-сверстников, уровень доверия к институциональным источникам информации.

3. Барьеры и детерминанты цифрового потребления - чувствительность к безопасности транзакций, значимость простоты интерфейса, уровень цифровой тревожности, влияние предыдущего негативного опыта.

4. Типология пользователей, проявляющаяся в устойчивых моделях поведения, которую мы предварительно обозначили как: "Цифровые скептики", "Осторожные традиционалисты", "Мотивированные новички", "Активные осваиватели".

В заключение следует отметить, что цифровая потребительская социализация становится важным элементом адаптации пожилых людей к современному обществу, особенно в условиях роста цифровизации повседневной жизни. Понимание особенностей и барьеров этого процесса значимо как для развития возрастн-ориентированных цифровых сервисов, так и для обеспечения социальной инклюзии старшего поколения.

Литература:

1. Гурова О. Ю. Цифровые посредники: роль детей в цифровой социализации пожилых людей в России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 168-187.

2. Nimrod G. Aging well in the digital age: Technology in processes of selective optimization with compensation // The Journals of Gerontology: Series B. – 2020. – Vol. 75(9). – P. 2008-2017.

3. Rogers E. M. Diffusion of Innovations. 5th ed. New York: Free Press, 2003. – 576 p.

4. Barnard Y., Bradley M.D., Hodgson F., Lloyd A.D. Learning to use new technologies by older adults: Perceived difficulties, experimentation behaviour and usability // Computers in Human Behavior. – 2013. – Vol. 29. P. – 1715-1724.

5. Hargittai E., Dobransky K. Old dogs, new clicks: Digital inequality in skills and uses among older adults // Canadian Journal of Communication. – 2017. – Vol. 42(2). – P. 195-212.

6. Войскунский А. Е., Иванченко Д. А. Цифровая социализация в культурно-исторической перспективе: преемственность и инновации // Психологические исследования. – 2018. – Т. 11, № 60. – С. 1-20.

7. Лебедева-Несевря Н. А., Кученкова А. В. Цифровое неравенство пожилых людей: барьеры и стратегии их преодоления // Социологические исследования. – 2020. – № 7. – С. 70-81.

8. Солодова Г. С., Ткачева Н. В. Социальные практики пожилых людей в цифровом пространстве: новые возможности и риски исключения // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2021. – Т. 24, № 2. – С. 156-185.

9. Чугунов А. В., Петров А. П. «Серебряные» пользователи в цифровой экономике: модели поведения и факторы адаптации // Экономическая социология. – 2022. – Т. 23, № 1. – С. 76-105.

10. Baltes P. B., Baltes M. M. Psychological perspectives on successful aging: The model of selective optimization with compensation // Successful aging: Perspectives from the behavioral sciences / P. B. Baltes, M. M. Baltes (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – P. 1-34.

11. Olsson T., Viscovi D. Warm experts for cold technologies: Experiences of mediators in the context of digital exclusion // New Media & Society. – 2018. – Vol. 20(4). – P. 1637-1653.

12. Schreurs K., Quan-Haase A., Martin K. The seniors' digital divide: A typology of Internet use and non-use // AoIR Selected Papers of Internet Research. – 2017. – Vol. 7.

ОБРАЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В МАССОВОМ СОЗНАНИИ: КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ РОССИИ И США

А. П. Березовская, Д. В. Дружинина, П. А. Токарева

Новосибирский государственный университет

экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, berezovskaya.anna.p@gmail.com

Научный руководитель: Наумова Е. В., к.соц.н., доцент

Работа посвящена выявлению и сопоставлению представлений о предпринимателе в массовом сознании России и США. Исследование основано на культурных измерениях Г. Хофстеде и включает количественный и качественный анализ ответов респондентов. Выявлены различия в восприятии риска, инноваций, источников успеха и социальной ответственности. Российский образ характеризуется амбивалентностью, тогда как американский – ориентацией на достижения и автономию.

The study compares public perceptions of entrepreneurs in Russia and the USA using Hofstede's cultural dimensions and a mixed-methods approach. Quantitative and qualitative results reveal significant differences in perceived entrepreneurial qualities, sources of success, risk orientation and social responsibility. The Russian perception is

marked by ambivalence, while the American image reflects achievement, autonomy and innovation.

Предпринимательство играет стратегическую роль в современном обществе, однако его восприятие зависит от культурного и институционального контекста. В России, по данным опросов 2019-2025 годов, лишь 22% граждан выражают доверие малому бизнесу, тогда как в США уровень доверия к предпринимателям достигает 84%. Эти различия отражают глубинные культурные установки и определяют общественные ожидания относительно предпринимательской активности.

Согласно модели Г. Хофстеде, США характеризуются высоким индивидуализмом (91 пункт), низкой дистанцией власти (40 пунктов) и низким уровнем избегания неопределенности (46 пунктов). Россия, напротив, имеет высокую дистанцию власти (93), низкий индивидуализм (39) и высокий уровень избегания неопределенности (95). Эти индикаторы объясняют различия в восприятии риска, автономии и легитимности предпринимательства в массовом сознании.

В исследовании приняли участие 80 респондентов: 40 российских и 40 американских студентов. Проведен смешанный анализ: 1) нарративный анализ текстов, 2) метод незаконченных предложений (1200 единиц текста), 3) количественный контент-анализ (32 категории, 560 кодировок). Надежность кодирования составила 0,82 по коэффициенту Кrippendorфа.

В ответах американских респондентов 65% указали готовность предпринимателя к риску как ключевую черту, 55% – целеустремленность и настойчивость, 45% – креативность и инновационность. Понятие «self-made» встречено в 50% нарративов. В 58% ответов отмечена связь предпринимательства с социальной ответственностью и благотворительностью. Успех предпринимателя в США в 50% случаев объясняется собственными усилиями, в 25% – использованием возможностей и стратегических решений, и лишь в 5% – удачей. Социальная дистанция оценивается как низкая: 65% респондентов отнесли предпринимателей к категории «свои».

Российские респонденты характеризуют предпринимателей как активных и трудолюбивых в 48% случаев, как инновационно ориентированных – в 32%, однако 41% указывают на возможные коррупционные риски и давление со стороны государства. Источники успеха рассматриваются следующим образом: связи и доступ к ресурсам – 37%, личные усилия – 28%, удача – 22%. Готовность к риску воспринимается настороженно: лишь 18% считают риск позитивной

характеристикой. Амбивалентность образа проявляется в том, что 54% ответов одновременно содержали положительные и отрицательные элементы восприятия предпринимателя.

Сравнение двух выборок демонстрирует резкие различия: американские респонденты в 2,3 раза чаще указывали инновационность как ключевую черту предпринимателя (45% против 19% российских), в 3,6 раза чаще упоминали социальную ответственность (58% против 16%), и в 3,5 раза реже связывали успех с внешними ресурсами (15% против 52%). Российские участники в 2 раза чаще отмечали административные барьеры (38% против 18% в США).

Результаты подтверждают влияние культурных измерений на восприятие предпринимателей. Американская модель основана на ценностях достижения (показатель 62 по Хофстеде), что усиливает позитивное отношение к личной инициативе и инновациям. В России высокая дистанция власти и избегание неопределенности формируют настороженность к частному бизнесу. Амбивалентность образа предпринимателя усиливается историческими факторами 1990-х годов и сохраняющимися институциональными барьерами.

Исследование демонстрирует значимые количественные и качественные различия в представлениях о предпринимателях в России и США. Американский образ характеризуется автономией, инновациями и социальным вкладом, тогда как российский – противоречивостью и институционально обусловленным недоверием. Результаты могут быть использованы для разработки программ поддержки молодежного бизнеса, повышения предпринимательской культуры и формирования позитивного образа предпринимателя в обществе.

Литература:

1. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. – Thousand Oaks: Sage, 2001.
2. Радаев В.В. Российское предпринимательство: между прошлым и будущим. – М.: ГУ ВШЭ, 2010.
3. Weber M. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. – New York: Routledge, 2005.

ФЕНОМЕН МИГРАЦИОННОГО ОТТОКА ИЗ СЕЛА В ГОРОД: АНАЛИЗ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦИИ П. БУРДЬЕ

В. В. Гаврилова

**Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»**

г. Новосибирск, wiiktoriyag@gmail.com

Научный руководитель: Ровбель С. В., к.э.н., доцент

В статье рассматриваются причины депопуляции сельских поселений, связанной с миграционным оттоком из села в город. На основе концепции П. Бурдьё о формах капитала анализируются ключевые аспекты проблемы: демографический спад, проблемы систем здравоохранения и образования, экономическое положение сельских домохозяйств.

The article examines the causes of depopulation in rural settlements associated with migration outflow from villages to cities. Based on P. Bourdieu's concept of capital forms, the key aspects of the problem are analyzed: demographic decline, issues in healthcare and education systems, and the economic situation of rural households.

Сельские территории Российской Федерации на данный момент переживают системный кризис. Происходит опустение деревень, которое связано с процессами сельской депопуляции, возникающей в регионах России на протяжении нескольких десятилетий. По выражению специалистов Центра экономических и политических реформ, «Россия – страна умирающих деревень». Масштаб проблемы отражает феномен «села без населения» – существование тысяч сельских населенных пунктов, формально учтенных, но не имеющих постоянных жителей. Этот парадокс наглядно демонстрирует масштаб депопуляции сельских территорий, где до 13% всех сельских поселений оказались в такой категории. Процесс депопуляции имеет выраженную региональную специфику [1]. По данным переписи населения, в Российской Федерации число сельских населенных пунктов составило 153 157, из которых 24 751 без населения (16,2%) [2].

Целью работы является выявление и описание ключевых проблем сельских поселений, приводящих к их депопуляции.

Депопуляция представляет собой систематическое снижение численности населения, что является следствием уменьшения числа последующих поколений из-за суженного воспроизводства [3]. В контексте данного исследования этот процесс рассматривается применительно к сельским поселениям, проявляясь в устойчивом сокращении числа жителей сел. Решение о миграции может приниматься

не только на основе экономических причин, но и по причине ряда социальных факторов, это отражено в концепции М. Вебера [4].

Теоретико-методологической основой анализа является концепция П. Бурдьё о формах капитала: экономическом (доход, накопления, имущество), культурном (образование, навыки), социальном (сети полезных связей) и символическом (престиж, репутация, признание) [5]. На основе данной теории рассмотрено, как разница между формами капитала становится стимулом для миграции. Например, семья, ведущая фермерское хозяйство (означает наличие экономического капитала), может столкнуться с невозможностью предоставить детям качественное образование (культурный капитал). Аналогично, при наличии стабильного дохода и социальных связей в пределах своего поселения, домохозяйство может иметь сложности с накоплением символического капитала (например, получением признания) в более широком контексте, где доминируют городские стандарты успеха, а также могут возникать сложности с доступом к полезным контактам в городской среде (социальный капитал). Такой структурный дисбаланс, когда сельские домохозяйства не могут обладать необходимыми формами капитала и конвертировать их, создает стимул для миграции.

Данные Росстата свидетельствуют о длительной депопуляции сельской местности. За период 2015-2025 гг. общая убыль сельского населения составила 1,7 млн человек, при этом главным фактором является естественная убыль (в 2022 году достигла 186,7 тыс. человек) [6]. На рисунке 1 представлена динамика численности населения, которая построена на основе данных Доклада о результатах проведенного мониторинга состояния социально-экономического развития сельских территорий в 2023 году, а также оценки численности населения на 1 января 2025 года Федеральной службы государственной статистики [7].



Рис. 1 – Динамика численности сельского населения (млн. чел)

Также проблема депопуляции сельских поселений осложняется старением населения. Доля лиц старше трудоспособного возраста в селе

превышает эту долю в городском населении (25,2% против 23,7%), а доля молодежи, наоборот, сокращается [6]. Это говорит о том, что из сел идет отток наиболее мобильной категории населения - молодых и трудоспособных граждан, остаётся, в большей мере, пожилое население, что выступает фактором демографического кризиса.

Об этом свидетельствует и снижение рождаемости в селе, хотя, исторически, она была выше городской. В 2022 году этот показатель был равен 1,59, что сильно ниже порога, который необходим для простого восполнения поколений (он равен 2,1). Наряду с низкой рождаемостью, негативное влияние на демографический потенциал сел оказывает высокая смертность. Коэффициент смертности в сельской местности составляет 13,8 случая на 1000 человек, это стабильно превышает городской показатель (12,6) [6]. Такой разрыв связан с многими причинами: более старшая возрастная структура сельского населения, последствия социально-экономического стресса, ограниченная доступность медицинской помощи (об этом также свидетельствует показатель младенческой смертности равный 5, против городского показателя 4,3).

Проблемы в сельской системе здравоохранения носит усугубляющийся характер, это сокращает человеческий капитал сельских территорий и подрывает экономический капитал. Помимо отмеченных показателей, важным фактором является проблема доступности инфраструктуры медицинской помощи. Во-первых, снижается укомплектованность врачами медицинских организаций (она составляет менее 85%). Во-вторых, в селах сокращается количество медицинских организаций, только за период 2010-2018 это значение уменьшилось с 37 591 до 33 350. Также сократилось число работающих физических лиц в фельдшерско-акушерских пунктах на 23%. В России 17,5 тысяч сел не имеют медицинской инфраструктуры вообще, а врачебная помощь доступна лишь 49,4% сельским жителям [8].

Также переживает кризис сфера образования в селе. За период с 2000-2001 по 2022-2023 учебный год численность обучающихся в сельских школах сократилась на треть (с 6,1 млн до 4,05 млн человек) [6]. Ежегодно в РФ закрывается приблизительно по 400-500 сельских школ, исходя из данных отчета Минпросвещения. С начала июня 2025 года в ряде регионов России, включая Омскую и Ярославскую области, Мордовию и Забайкальский край, инициирован процесс ликвидации как минимум девяти школ [9]. Данный процесс усугубляется серьезным недофинансированием инфраструктуры. Более 15% сельских школ не оборудованы теплыми туалетами, а 13% не имеют центрального отопления и водопровода, что лишает учеников сельских поселений

базовых условий для получения качественного образования. Наблюдается и нехватка учителей как по ключевым предметам, так и специалистов по психолого-педагогическому сопровождению [10]. Такая ситуация влечет за собой проблемы с формированием первоначального социального капитала у детей в сельских поселениях, а также подрывает возможности формирования условий для накопления культурного капитала.

Экономический капитал также ниже у сельского населения, об этом говорят такие показатели: денежный доход сельских жителей составляет 71,6% от среднего уровня по экономике, ниже обеспеченность жильем, большой региональный разрыв по снабжению газом и водой (доля газифицированных сельских населенных пунктов составляет от 8,3% в Сибирском федеральном округе до 68,9% в Северо-Кавказском), проблемы с транспортным вопросом (более 50% дорог, не отвечающих нормативам), доступ к связи (только 81,2% сельских домохозяйств имеют доступ в интернет, в городе – 88,3%) [6]. Последнее создает «цифровой разрыв», что вызывает проблемы, связанные с доступом к информации и, соответственно, накоплением культурного капитала.

Таким образом, депопуляция села является системной проблемой, которая вызвана комплексом факторов. Члены сельских домохозяйств сталкиваются с дефицитом экономических перспектив, ухудшением системы образования, ограниченным доступом к медицинским услугам и инфраструктуре, в таких условиях стратегия миграции становится зачастую единственно рациональным выбором. Преодоление данного кризиса требует целостной государственной политики, нацеленной на накопление всех форм капитала (по концепции П. Бурдьё) в сельской местности, что позволит ослабить процесс опустения деревень и привлечь в них больше населения.

Литература:

1. Румянцев И. Н., Смирнова А. А., Ткаченко А. А. Сельские населенные пункты «без населения» как географический и статистический феномен // Вестник Московского университета. Серия 5. География. – 2019. – №1. – С. 29-37.
2. Итоги ВПН-2020. Численность и размещение населения [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – 2022. – Т. 1. – URL: <https://11.rosstat.gov.ru/vpn2020> (дата обращения 29.11.2025).
3. Кваша А. Я. Депопуляция [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. – 2023. –

URL: <https://bigenc.ru/c/depopuliatsiia-fb441e/?v=7121494> (дата обращения 29.11.2025).

4. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. – М.: Издательский дом ВШЭ, 2016. – 445 с.

5. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74.

6. Доклад о результатах проведенного мониторинга состояния социально-экономического развития сельских территорий в 2023 году / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. – 2023. – 32с.

7. Демография. Численность и состав населения [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – 2025. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения 29.11.2025).

8. Проблемы здравоохранения села, состояние и перспективы развития / Калининская А. А., Бакирова Э. А., Кизеев М. В., Лазарев А. В., Муфтахова А. В., Смирнов А. А. // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2022. – №6. – С. 1224-1229.

9. Информация о состоянии системы образования в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]/ Министерство просвещения Российской Федерации. – 2025. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/45affa2caf762ae3ce84e5ba526126a9/> (дата обращения 29.11.2025).

10. Заир-Бек С. И., Мерцалова Т. А., Анчиков К. М. Портрет российской сельской школы // Мониторинг экономики образования НИУ «ВШЭ». – 2020. – №35. – С. 1-16.

11. Ткаченко А. А. О реальном и номинальном количестве сельских населенных пунктов в современной России и ее регионах // Известия Русского географического общества. – 2018. – Т. 150, № 2. – С. 15-24.

12. Щербакова Е. М. Динамика численности городского и сельского населения России [Электронный ресурс] // Демоскоп Weekly. – 2025. – № 1093-1094. – URL: <https://demoscope.ru/weekly/2025/01093/barom01.php> (дата обращения 29.11.2025).

ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ИТ-СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ НА РЫНКЕ ТРУДА

В. М. Гилимшина, Д. Д. Лизунова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, gilimsinavika@gmail.com**

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н., доцент

Формирование привлекательных условий труда для молодых специалистов требует понимания их представлений о будущем месте работы. Исследование направлено на изучение того, как студенты 4 курсов ИТ- и бизнес-направлений формируют эти представления. Рассматриваются факторы, влияющие на выбор первого места работы: содержание работы, условия труда, профессиональное развитие, корпоративная культура, социальные гарантии и коммуникация с руководством.

Creating attractive working conditions for young professionals requires understanding their ideas about their future jobs. The research is aimed at studying how 4th year students of IT and business areas form these ideas. The factors influencing the choice of the first job are considered: job content, working conditions, professional development, corporate culture, social guarantees and communication with management.

Актуальность. Молодые специалисты играют важную роль для ИТ-компаний, позволяя внедрять новые технологии, оптимизировать процессы и формировать будущий кадровый потенциал. Для работодателей важно понимать, какие факторы влияют на выбор первого места работы выпускниками, чтобы создавать условия, соответствующие их ожиданиям.

Привлечение молодых специалистов позволяет компаниям оставаться конкурентоспособными, внедрять современные методики работы и адаптироваться к быстро меняющейся цифровой среде. В настоящее время многие ИТ-компании сталкиваются с дефицитом квалифицированных кадров, что делает важным не только привлечение молодых сотрудников, но и их удержание. Наблюдается рост интереса студентов к компаниям, предлагающим гибкие условия труда, возможности профессионального развития и инновационную корпоративную культуру. При этом практика показывает, что активная работа с молодыми специалистами уже приносит положительные результаты: компании фиксируют повышение продуктивности команд, рост внедрения новых технологий и формирование внутренних резервов для дальнейшего развития бизнеса.

Степень изученности проблемы. Рынок труда молодых специалистов, включая выпускников ИТ- и бизнес-направлений, является активно

изучаемой областью современной социологии и управления персоналом. В исследованиях ВЦИОМ под руководством Д. Ермолаева подробно рассмотрены ожидания студентов и молодых специалистов, включая разрыв между желаемыми и реальными условиями труда, а также связанные с этим модели их трудового поведения [1]. В работах Б.А. Зудина, а также зарубежных авторов (Н. Janssen, R. Rixner, G. Wolf) представлены комплексные подходы к привлечению и удержанию ИТ-специалистов, где особое внимание уделяется содержанию работы, возможностям профессионального развития, корпоративной среде и стилю руководства. Сформированы теоретические положения, объясняющие влияние факторов условий труда на мотивацию и профессиональные предпочтения молодых сотрудников. Однако, несмотря на общую изученность вопросов мотивации и управления ИТ-кадрами, в доступных источниках отсутствуют исследования, посвящённые представлениям студентов о будущем месте работы применительно к условиям конкретных ИТ-компаний [2].

В частности, о проблемах кадрового обеспечения в области привлечения молодых специалистов-выпускников вузов указал в своем интервью представитель компании «АЛРОСА ИТ», которая занимается комплексным информационно-технологическим сопровождением группы компаний «АЛРОСА». Для привлечения молодых специалистов компания активно сотрудничает с вузами Москвы и Новосибирска. Однако, в ходе интервью были озвучены следующие проблемы компании: выпускников не привлекают условия труда, текучесть молодых специалистов, которые уходят после 1-2 года работы в другие компании. В качестве причин текучести было указано, что молодые люди уходят с работы из-за высокой сложности работы при отсутствии интересных задач.

Компании «АЛРОСА ИТ» для решения проблем в области кадрового обеспечения необходимо знать какие представления есть у студентов о будущем месте работы, чтобы делать свое предложение о работе более соответствующим ожиданиям выпускников. Исходя из запроса компании, была сформулирована цель эмпирического исследования: выявить представления студентов 4 курсов ИТ- и бизнес-направлений НГТУ о будущем месте работы.

Для достижения этой цели была разработана теоретическая модель изучаемого объекта – факторы условий труда, определяющие ожидания студентов о будущем месте работы.

К факторам условий труда на рабочем месте относятся:

- Содержание работы (сложность и разнообразие задач соответствие работы профессиональным интересам, уровень ответственности и самостоятельности, наличие интересных проектов).

- Материальные условия, характер и организация труда (уровень заработной платы, система поощрений, рабочий график, возможность удаленной работы).

- Профессиональное развитие (возможности карьерного роста, программы обучения, система наставничества).

- Корпоративная культура (социально-психологический климат в коллективе, стиль руководства).

- Социальные гарантии (дополнительное медицинское страхование, льготы и бонусы).

- Коммуникации и обратная связь (взаимодействия с руководством, система оценки результатов, участие в принятии решений).

Основной гипотезой исследования было предположение, о том, что ключевым фактором, определяющим их ожидания, является не только уровень оплаты труда, но и интересные профессиональные задачи, возможности для профессионального развития и комфортная корпоративная культура.

Эмпирическим объектом выступают студенты 4 курса НГТУ факультета бизнеса НГТУ направлений подготовки: «Автоматизация бизнес-процессов и технологии анализа данных», «Менеджмент».

В качестве метода сбора информации был выбран анкетный опрос.

Формат опроса: Google Forms, сетка флажков (один вариант ответа). Вид шкалы: критерий по шкале от 1 до 5, где 1 – можно без этого обойтись, 5 — это обязательное требование к будущей работе.

Результаты анкетного опроса студентов позволят оценить значимость различных факторов выбора работы, выявить ожидания студентов и разработать конкретные рекомендации для компании «АЛРОСА ИТ» и других работодателей. Это поможет компаниям создавать привлекательные условия труда и эффективные программы адаптации молодых специалистов. Выводы, основанные на исследовании, обеспечат возможность построения взаимовыгодных отношений между выпускниками и работодателями, что особенно важно в современных условиях рынка труда.

Литература:

1. ВЦИОМ. Работа и зарплата: чего хотят молодые специалисты // Аналитический обзор. – [Электронный ресурс]. - URL:

<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rabota-i-zarplata-chego-khotjat-molodye-specialisty> (дата обращения: 29.11.2025).

2. Зудин Б. А. Исследование перспективных методов привлечения и удержания it-специалистов // Journal of Monetary Economics and Management. – 2024. – № 8.

3. Википедия. Рынок труда // Википедия: свободная энциклопедия. — [Электронный ресурс]. - URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рынок_труда (дата обращения: 29.11.2025).

4. ВЦИОМ. Уйти в ИТ // Аналитический обзор. — [Электронный ресурс]. - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/uiti-v-it> (дата обращения: 29.11.2025).

5. ВЦИОМ. Удалённая работа по-русски: плюсы и минусы // Аналитический обзор. — [Электронный ресурс]. - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/udalennaja-rabota-po-russki-pljusy-i-minusy> (дата обращения: 29.11.2025).

6. ЕЦ-РС. Рост спроса на молодых IT-специалистов: тенденции и перспективы // Блог. — [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.ec-rs.ru/blog/novosti/rost-sprosa-na-molodykh-it-spetsialistov-tendentsii-i-perspektivy/> (дата обращения: 29.11.2025).

7. Земнухова Л. В. «Айтишники чаще любят свою работу»: к обсуждению результатов исследования // Петербургская социология сегодня. – 2013. – № 4.

8. Соловьева А. А. Региональные различия в трудоустройстве молодёжи: от столицы к провинции на рынке IT-специалистов в 2025 году // Научный Лидер. – 2025. – № 23 (224).

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПРОФЕССИИ «СОЦИОЛОГ» В ПЕРИОД ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ

А. С. Дарвина, Я. Н. Никишкова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, sociology2025@mail.ru

Научный руководитель: Михайлов Д. А., к.и.н., доцент

В статье исследуется динамика образа профессии «социолог» в период обучения в вузе. По данным опроса студентов 1–4 курсов прослеживается изменение от размытого идеализма к прагматизму. Анализ показывает, как академический опыт и реалии рынка труда трансформируют представления и ценности студентов, приводя к усложнению профессиональной идентичности.

The article examines the dynamics of the image of the profession "sociologist" during the period of study at the university. According to a survey of 1st-4th year

students, there is a change from vague idealism to pragmatism. The analysis shows how academic experience and labor market realities transform students' perceptions and values, leading to a more complex professional identity.

Актуальность исследования связана с трансформацией российского рынка труда, на котором растущие сегменты прикладной социологии меняют профессиональные траектории специалистов. Это обостряет противоречие между традиционным образом социолога как академического исследователя и новыми ролями, такими как цифровой аналитик. Понимание того, как студенты формируют образ профессии, предоставляет образовательным программам важную обратную связь о запросах и мотивации будущих специалистов.

Несмотря на существующие образовательные стандарты, представления студентов-социологов о своей профессии остаются внутренне противоречивыми и разрозненными. В их сознании сосуществуют и конкурируют разные образы — от ученого-исследователя до прикладного аналитика, — что создает разрыв с официально декларируемой моделью профессии. Это расхождение между многообразием студенческих ожиданий и реальными требованиями гибридного рынка труда ведет к неопределенности профессиональной идентичности, размыванию карьерных стратегий и сложностям адаптации после выпуска.

Абстрактное понятие «образ социолога» определяется как совокупность представлений, стереотипов и ожиданий, связанных с профессиональной деятельностью, социальной ролью и личностными качествами специалиста в области социологии, которая формируется под влиянием академического опыта, общественного дискурса и личных карьерных ориентаций. Для его операционализации в исследовании выделяются четыре ключевые переменные: исходные представления о профессии, профессионально-ролевая идентичность, ценностно-мотивационная составляющая и восприятие профессиональных перспектив и статуса.

Вопрос формирования профессионального образа социолога и отношения к профессии не раз обсуждался в научной литературе, что позволяет выявить основные проблемные зоны и точки напряжения в этом процессе. Анализ существующих исследований показывает, что представления о профессии формируются в условиях противоречия между разными социальными функциями социологии. «В силу разных причин: объективных и субъективных, - социология в целом для общества ассоциируется пока с изучением общественного по разным проблемам, и опросами, касающихся предвыборных рейтингов» [4]. Как отмечают в своем исследовании М.И. Лобанова и С.П. Сторожева,

«почти половина опрошенных студентов принимали решение о поступлении на специальность «Социология» непосредственно перед подачей документов в ВУЗ» [1], что свидетельствует о ситуативном выборе специальности, который свидетельствует о первоначальных размытых ожиданиях профессии, относящихся к первой переменной. В ходе академического погружения происходит активное переосмысление этого образа, формируется профессионально-ролевая идентичность и ценностно-мотивационная составляющая. Студенты сталкиваются с многообразием функций социологии. Как подчеркивает Н. Д. Сорокина, важной составляющей образа становится ориентация социолога на важную функцию социологии «на запросы гражданского общества, чтобы служить своему предназначению - быть полезной социуму, в том числе, выполняя одну из своих важнейших функций – просветительскую», что побуждает студентов задумываться о роли профессии. Однако параллельно происходит и прагматическое осознание реалий, когда студенты вынуждены пересматривать свои карьерные траектории, оценивая востребованность своих навыков на рынке труда. Также Н. Д. Сорокина отмечает, что «информация, получаемая посредством опросов общественного мнения, используется представителями власти и бизнеса нередко вопреки интересам различных групп населения, в качестве средства манипулирования общественным мнением при реализации различных проектов. Эти «социологи» наносят большой вред репутации социологической науке» [4], что может влиять на представление студентами профессии.

Процесс формирования образа профессии «социолог» в период обучения в вузе характеризуется напряженностью между первоначальной идеализацией и объективными вызовами реальности. Как показывает Е.А. Попов, у абитуриентов складывается многокомпонентный идеализированный образ, включающий «конструктивные», «ценностные» и «гносеологические» идеалы. Однако в процессе обучения этот образ сталкивается с нормативным образовательным стандартом, что приводит к «консенсусу идеализации», когда часть идеалов переоценивается и утрачивается [2]. Усугубляет ситуацию, по данным О.В. Рыбаковой, «разрыв» между академическими знаниями и требованиями работодателей, а также размытость профессиональной идентичности — это проблема непонимания обществом полного спектра задач социолога, что создает трудности для формирования ясного образа профессии как среди студентов, так и на рынке труда [3]. Вследствие этого студенты вынуждены корректировать свои идеалы и конкретизировать карьерные траектории, адаптируя образ профессии к запросам рынка труда.

В качестве основного метода сбора эмпирических данных было выбрано анкетирование, позволяющее стандартизированно оценить выделенные аспекты образа профессии социолога у респондентов. Исследование носит количественный характер с элементами описательного анализа. Инструментом исследования послужила анкета, разработанная на основе операционализации понятия «образ социолога» и включающая блоки вопросов, соответствующие четырем ключевым переменным: исходные представления о профессии, профессионально-ролевая идентичность, ценностно-мотивационная составляющая и восприятие профессиональных перспектив и статуса. Выборка исследования была целевой и включала студентов 1–4 курсов, обучающихся по направлению «Социология» в Новосибирском государственном техническом университете (НГТУ). Общий объем выборочной совокупности составил 107 респондентов. Опрос охватил значительную часть студентов каждого курса, что обеспечило репрезентативность данных внутри исследуемых групп и позволило провести сравнительный анализ между курсами. Сбор данных осуществлялся в период с 10.11.2025 по 19.11.2025 с помощью онлайн-анкетирования через платформу Google Forms, что обеспечило анонимность респондентов и оперативность сбора информации. Для сохранения этических норм исследования все участники были проинформированы о целях опроса и давали добровольное согласие на обработку своих данных.

Эмпирические данные, полученные в ходе анкетирования, наглядно демонстрируют динамику формирования образа профессии в процессе обучения. Сравнительный анализ между курсами позволяет выявить не линейные изменения, а ряд качественных трансформаций профессиональных представлений, ценностей и карьерных ориентаций.

Первый курс (47 чел.) сохраняет наиболее идеализированный образ профессии. Доминирующими мотивами выступления являются «желание работать с людьми» и «интерес к общественным наукам» (по 23%). Значительная часть респондентов (41%) убеждена, что социологи в России «стремятся к объективному изучению общества». Ценностный профиль гармоничен: высоко оцениваются как профессиональные качества («критическое мышление» — 4.49), так и гуманистические установки («желание помогать людям» — 4.28). Однако уже на этом этапе намечается прагматический вектор: 68% первокурсников рассматривают карьеру в сфере маркетинга и PR.

Второй курс (36 чел.) переживает фазу острой переоценки ценностей, что подтверждает тезис Е.А. Попова о «консенсусе идеализации», в ходе которого часть идеалов переоценивается и утрачивается [2]. Происходит

радикальный сдвиг в восприятии профессионального поля: доля тех, кто считает социологов «обслуживающими интересы власти/бизнеса», возрастает до 61% (против 21% на 1 курсе). Параллельно наблюдается спад гуманистической мотивации — важность «желания помогать людям» (3.72 балла). Этот кризис идентичности сопровождается гиперконцентрацией на рыночно-ориентированных траекториях (маркетинг/PR — 74%) и минимальной уверенностью в трудоустройстве (3% «уверены»).

Третий курс (25 чел.) демонстрирует выход из кризисной фазы и переход к деловой концентрации. Суммарный показатель уверенности в трудоустройстве («уверены» и «скорее да») достигает 64%, что свидетельствует о начале активного карьерного планирования. В структуре профессиональных ценностей на первый план выходит «независимость суждений» (4.64). Карьерная ориентация на маркетинг/PR остается высокой (72%).

Четвертый курс (19 чел.), их ожидания от профессии отличаются сбалансированностью: 47% отмечают, что ожидания «частично совпали» с реальностью. Также максимальна доля тех, кто объясняет свой выбор поступления ситуативными причинами (45%), что коррелирует с данными М.И. Лобановой и С.П. Сторожевой о ситуативности выбора специальности [1]. Ценность «независимости суждений» сохраняет лидирующие позиции (4.63), тогда как «желание помогать людям» ослабевает до (3.47). При этом карьерные планы диверсифицируются: интерес к маркетингу/PR снижается до 58%, а ориентация на «коммерческие исследования» и иные сферы растет, что свидетельствует о более широком взгляде на рынок труда.

Таким образом, образ профессии «социолог» к окончанию вуза трансформируется из размытого идеализма в сложный, прагматически выверенный конструкт. Студенты не столько разочаровываются в профессии, сколько вырабатывают адаптивные стратегии, принимая противоречивость профессионального поля и формируя идентичность, основанную на компетентности, независимости суждений и осознанной оценке карьерных возможностей в условиях гибридного рынка труда.

Литература:

1. Лобанова М. И., Сторожева С. П. Профессиональные ожидания студентов-социологов // Идеи и идеалы. – 2014. – №2 (20).
2. Попов Е. А. Профессия социолога: идеалы абитуриентов и консенсус студентов // Социологические исследования. – 2021. – № 8. – С. 130-139.

3. Рыбакова О. В. Профессия «социолог»: история вопроса о профессиональном стандарте // Мониторинг. – 2019. – №4 (152).

4. Сорокина Н. Д. Роль и миссия социологии в современном обществе // Научный результат. Социология и управление. – 2022. – №2.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ УНИВЕРСИТЕТОВ

О. А. Зозуля

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, olesyavolya@mail.ru**

В данной статье даны определение и элементы социального портрета студента университета, а также его характеристика. Отражены результаты социологического исследования студентов экономических направлений НГТУ и НГТУЭиУ с целью выявления их субъективного представления о карьерных стратегиях, сделаны выводы.

This article defines, describes, and characterizes a university student's social profile. It presents the results of a sociological study of economics students at NSTU and NSUEM to identify their subjective perceptions of career strategies, and draws conclusions.

Социальный портрет студента университета – это совокупность социальных, психологических, экономических, политических и культурных установок и ценностей, которыми руководствуются студенты в своей учебной и повседневной деятельности [1].

Целью создания социального портрета студента является выявление поведенческих особенностей, образовательный и культурный уровень, материальные и нематериальные ценности, экономические и социальные проблемы, интерес к карьере.

Изучение социального портрета студента важно для изменений в обществе в части социального и экономического развития, а также его трендов. Анализ социальных данных помогает отследить изменения в обществе и их влияние на людей в науке, политике, бизнесе и общественной деятельности.

Рассматривая социологический портрет студентов-экономистов, в первую очередь, стоит изучить мотивацию выбора направления образования и его применения в профессиональной деятельности, в частности, формирования индивидуальной карьерной траектории.

Так, социологический портрет студента экономических направлений подготовки российских университетов может включать в себя следующие элементы:

1. Социально-демографические (возраст, пол, социальный статус, роль, доход, образование).
2. Демографическое поведение (отношение к семье и браку, рождение детей и миграционное поведение).
3. Личностные качества (ценности и убеждения, эмоциональный интеллект, характер, взаимодействие с другими людьми).
4. Отношение к высшему образованию (мотив выбора, качество образования, профессиональная реализация).
5. Отношение к себе и своему будущему (самооценка, самопонимание, саморазвитие, жизненные цели, восприятие окружающего мира и своего места в нем).
6. Отношение к обществу (способность к эффективной коммуникации с другими людьми, учитывая социальные роли и статусы, работа в команде, поведение в конфликтных ситуациях).
8. Профессиональная идентичность (профессиональное самоопределение, получение профессии, дополнительное образование, саморазвитие, карьера) [2].

Профессиональное самоопределение детерминруется системой ценностных ориентаций в отношении к профессиям, в чем обнаруживается проявление интересов, склонностей, потребностей, убеждений, идеалов личности.

Рассмотрим социальный портрет студентов-экономистов российских университетов на примере г. Новосибирска. Автором было проведено исследование студентов двух вузов: НГТУ и НГУЭиУ, обучающихся на экономических направлениях высшего профессионального образования. Выборку составляют 360 студентов трех направлений бакалавриата (Менеджмент, Экономика, Бизнес-информатика), одной специальности (Экономическая безопасность), двух направлений магистратуры (Менеджмент, Экономика): бакалавриат – 120 человек, специалитет – 40 человек, магистратура – 80 человек.

По результатам анкетирования можно сформировать следующий социальный портрет студента экономических направлений высшего профессионального образования в России.

Это молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет, среди которых 68,1% женщин и 31,9% мужчин, что говорит об устойчивой тенденции выбора экономических образовательных программ женщинами. Все респонденты имеют социальный статус обучающегося, а те, кто уже

имеет среднее профессиональное образование – статус молодого специалиста в полученной профессии.

По данным опроса 49,7% респондентов осуществляют профессиональную деятельность, из которых только 12,7% по профилю образования. Из неработающих по профилю образования 34,8% студентов младших курсов, что говорит о процессе определения себя в профессии и о необходимости собственного заработка. Всего лишь 10,8% студентов младших курсов работают по специальности.

Данная аудитория принадлежит поколению Y (22-25 лет) и поколению Z (18-21 год).

В отношении к высшему образованию в сфере экономики 45,9% больше удовлетворены выбором направления подготовки высшего образования, а 39,2% опрошенных полностью удовлетворены выбором. Свой выбор студенты обосновали возможностью построить карьеру (30,6%), высокой заработной платой в данной сфере (22,2%), престижной профессией (20,7%), по «стопам» родителей, работающих в сфере экономики (6,6%), по совету друзей и знакомых (5,5%).

При выборе профессии и поступлении в вуз около половины респондентов (44,2%) рассматривали только экономические направления, а у 55,8% имели в том числе и другие варианты, а именно: филология, психология, инженерные специальности, государственное и муниципальное управление, международные отношения, социология, юриспруденция, лингвистика, журналистика, IT-направления, строительство, дизайн, медицина, педагогическое образование в сфере спорта.

В части качества образования и содержании экономических образовательных программ по Бизнес-информатике, Менеджменту, Экономике и Экономической безопасности 64,4% респондентов считают, что в учебных планах имеются «лишние» дисциплины, которые бы им не хотелось изучать, также, 11,3% обозначают, что им недостаточно профильных дисциплин, а 22,9% полностью удовлетворены всеми преподаваемыми дисциплинами. При этом 82% всех опрошенных хотели бы индивидуальную траекторию обучения для максимального получения необходимых профессиональных навыков, которые будут полезны в карьерном развитии.

Для расширения профессиональных компетенций только 19,3% получают дополнительное образование в сфере экономики через очные и дистанционные курсы, семинары, мастер-классы вне образовательной программы в университете. 35,9% респондентов не считают нужным данный вид деятельности, а 26% получают дополнительные навыки в других сферах.

Одновременно с получением высшего образования только 12,7% респондентов реализуют свою профессиональную деятельность, большая часть из них студенты 3-4 курсов и магистранты (85%), что подтверждает верный выбор образования и его профессиональную реализацию еще в процессе обучения. 50% опрошенных не работают вовсе, а 37% - работают в другой сфере деятельности, не связанной с экономикой.

Для помощи в профессиональном самоопределении в университетах организованы центры карьеры, деятельность которых студенты оценивают нейтрально, поскольку 49% поставили оценку от 1 до 5 баллов, а 46% - от 6 до 10 баллов, лишь 5% затрудняются ответить.

О своих карьерных планах на будущее респонденты ответили следующее: 11,2% не ответили на данный вопрос, 6,9% планируют открыть свое дело/бизнес, 9,1% четко решили построить карьеру в найме, около 50% на данном этапе имеют в планах устроиться на работу в сфере экономики, определяя данный факт, как конечную цель. Остальные респонденты дали не прямые ответы, например «большие» или «грандиозные».

На основе данного опроса можно сделать следующие выводы о том, что экономическое образование выбирается студентами более осознанно с целью реализации профессиональной деятельности в данной или смежной сферах, а также построением личной карьеры в виде прохождения всех уровней руководства в найме или построении собственного бизнеса и его развития.

Литература:

1. Свиридов К. А. Социальный портрет абитуриента СГУ: автореф. ВКР: 09.03.03. – Саратов, 2023. – 12 с.
2. Колокольникова З. У., Артюхова Т. Ю., Евсеева Э. А. Модель социально-психологического портрета студента университета [Электронный ресурс] // Проблемы современного педагогического образования – №84-2. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-sotsialno-psiologicheskogo-portreta-studenta-universiteta> (дата обращения: 24.09.2025).

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ ДЕТЕЙ-СИРОТ И ДЕТЕЙ, ОСТАВШИХСЯ БЕЗ ПОПЕЧЕНИЯ РОДИТЕЛЕЙ, В ДЕТСКИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЛАГЕРЯХ, В ОЦЕНКАХ СОТРУДНИКОВ

А. С. Иванова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, ivaivanovaasnastya@gmail.com
Научный руководитель: Рязанова Т. А., ст. преп.**

В статье рассматриваются актуальные проблемы и особенности социальной адаптации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в условиях временного пребывания в детских оздоровительных лагерях. На основе экспертного интервью были проанализированы методы социальной адаптации, применяемые сотрудниками лагерей, и их влияние на детей данной категории.

The article explores the pressing problems and unique characteristics of social adaptation for orphans and children without parental care within the setting of children's recreational camps. Through an expert interview, the social adaptation methods applied by camp personnel were analyzed, along with their impact on this specific category of children.

Социальная адаптация – процесс и результат приспособительного взаимодействия личностей, социальных общностей, институтов и организаций, любых социально-организованных субъектов с окружающей социальной средой, направленный на приведение во взаимное соответствие на поведенческом и ментальном уровнях их обоюдных требований. [1]

В Федеральном законе "О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей" от 21.12.1996 N 159-ФЗ даются следующие определения:

Дети-сироты – лица в возрасте до 18 лет, у которых умерли оба или единственный родитель. [2]

Дети, оставшиеся без попечения родителей – лица в возрасте до 18 лет, которые остались без попечения единственного родителя или обоих родителей в связи с лишением их родительских прав, ограничением их в родительских правах. [2]

Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей (далее ДСиДП) регулярно посещают детские оздоровительные лагеря (далее ДОЛ), сотрудники которых играют большую роль в их социальной адаптации.

В связи с этим нами было проведено социологическое исследование с использованием метода экспертного интервью с сотрудниками детских оздоровительных лагерей. Целью исследования стало изучение особенностей социальной адаптации ДСиДП в ДОЛ.

В таблице 1 представлены эксперты, имеющие опыт работы в ДОЛ с ДСиДП.

Таблица 1 – Данные экспертов

Эксперт	Возраст	Уровень образования	Опыт работы ДОЛ
Эксперт 1	23 года	«Томский Государственный Педагогический Колледж», «Преподавание в начальных классах»; ФГБОУ ВО «Томский Университет Систем Управления и Радиоэлектроники», «Организация работы с молодежью»	6 лет
Эксперт 2	24 года	ФГБОУ ВО «Томский Государственный Педагогический Университет», «Психология и социальная педагогика»	10 лет
Эксперт 3	21 год	«Томский Государственный Педагогический Колледж», «Преподавание в младших классах»	8 лет
Эксперт 4	22 года	ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный Технический Университет», «Социология рекламы и связь с общественностью»	5 лет

Вышеупомянутые эксперты имеют большой опыт работы в разных должностях: помощник вожатого, вожатый, воспитатель, организатор смен в ДОЛ, а также имеют дополнительное образование по курсу «Вожатый» от Томского государственного педагогического колледжа

Основными направлениями взаимодействия с детьми по мнению экспертов являются воспитательная работа и досуговая деятельность, которая проводится как для отдельных групп (отрядов) (коллективно-творческое дело (КТД), игры на знакомство, сплочение, доверие и т.д.), так и для всего или большей части лагеря (общелагерное дело (ОЛД), мастер-классы). Все эти мероприятия направлены на развитие «творческого потенциала и эффективную адаптацию детей во временный детский коллектив (ВДК)».

Обсуждая направления деятельности, выяснилось, что сотрудникам лагеря приходится исполнять в период адаптации как формальные, так и неформальные роли друга, собеседника, наставника. «Я стараюсь вывести его в диалог и создать ситуацию успеха», «создание досуга детей, отслеживание режимных моментов, а также создание условий для образования и развития навыков», «я примеряю на себя роль наставника и друга для детей, чтобы проще выстроить взаимодействие, при этом помним о субординации.»

Лагерная среда помогает компенсировать особенности социальной адаптации данной категории детей благодаря вовлеченности персонала в работу, созданию уникального микроклимата, где дети могут примерить на себя разные роли и «увидеть другую картину этого мира» с помощью наставника (вожатого) и его личного примера.

Эксперты считают важным отметить, что каждый ребенок, приезжающий в ДОЛ, сталкивается с «базовым набором страхов»: «одиночество, боязнь взрослой жизни (у старших детей), возможность не подружиться с отрядом и т.д.». При этом у ДСиДП последний пункт может зависеть от «знания других детей об этом статусе (это может быть как положительно, так и отрицательно)».

Говоря же о специфике адаптации детей данной категории, эксперты выделили, что «приезжают со своей картиной мира, которая сложилась из-за среды, в которой те воспитывались», «они выражают агрессию из-за чрезмерной самозащиты», «эти дети не тактильны, отстранены от коллектива, у них заниженная самооценка, их тяжело влить в коллектив и они тяжело доверяют людям», поэтому в работе с ДСиДП нужно знать не только возрастные и психологические особенности, но иметь способность «аккуратно входить с ними в контакт и не выделять на фоне других», так как это влияет на вовлеченность ребенка в коллективную деятельность», «от грамотного распределения ресурсов коллектива и

работы с их возрастными особенностями зависит качество работы и эффективная адаптация детей». При этом, встречаясь с проблемами (в том числе и социальной адаптации) дети данной категории «справляются наиболее спокойно из-за своей подкованности в сложных ситуациях, в отличие от детей, выросших в более благоприятной среде».

Распространенность конфликтов в период адаптации в ДОЛ отмечена многими экспертами. В таком случае важно «расформировывать группы, настроенные друг против друга, путем КТД и игр, а также создавать ситуацию успеха для тех, кто в меньшей степени смог проявить себя или против кого настроен коллектив». Кроме этого, эксперты выделили методы для построения доверительных отношений с детьми, которые могут помочь в предотвращении этих конфликтов: «выстраивание отношений игровым путем, диалоги по душам: важно показать ребенку, что мы готовы к этому, а в последующем слушать, слышать и поддерживать ребенка». То есть «основным инструментом для взаимодействия как с обычными, так и с детьми данной категории является диалог».

Отмечено всеми экспертами-информантами то, что на положительную социальную адаптацию ДСиДП влияет комплексный подход: активное взаимодействие между ребенком и вожатым, сплоченный коллектив и безопасная среда.

Среди барьеров и трудностей в работе с ДСиДП, с которыми сталкиваются сотрудники в ДОЛ:

- Профессиональные дефициты. «Но, не все лагеря могут позволить себе большой штат, поэтому важно, чтобы определенные должности занимали компетентные люди (вожатые, старшие вожатые и т.д.), «не нужно учить детей жить или проводить какие-то психологические тренинги (т.к. не все вожатые и воспитатели в этом вопросе компетентны)»;

- Недостаток времени на индивидуальную работу. «Необходимо больше времени на создание доверительных отношений», «самое сложное — это выделить нужное количество внимания ребенку, который в этом нуждается в силу того, что в одном коллективе может быть более 30 человек на одного воспитателя»;

- Недостаток знаний о специфике сиротства. Один из экспертов отметил, что он не имеет медицинского образования (он не психолог и не психиатр), поэтому методик по созданию позитивной самооценки у него нет.

Закончить хотелось бы следующими цитатами из интервью. «Нужно поощрять и награждать каждую победу как одного ребенка, так и коллектива в целом. При этом отмечать даже незначительные победы»,

«важно не навредить ребенку и показать своим примером, как может быть по-другому. Так как в детских домах свой микроклимат, а в ДОЛ есть возможность показать другую сторону мира».

Данные исследования могут быть использованы для решения проблем социальной адаптации ДСиДП.

Литература:

1. Романова И.В., Романова Н.П., Шарова Т.В. Социальная адаптация как феноменологическая // Вестник ЧитГУ. – 2011. – №6. – С. 122-133.

2. Федеральный закон от 21.12.1996 N 159-ФЗ «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» (последняя редакция)

3. Байер Е.А. Исследование жизнестойкости у детей-сирот в условиях детского дома как залог успешной социальной адаптации в быстро меняющемся мире // Вестник спортивной – науки. – 2010. – №1. – С. 30- 34.

4. Гурова О.П. Освоение видов профессиональной деятельности вожатого в процессе изучения курса «Социально-педагогическая работа в детских оздоровительных лагерях // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. – 2025. – № 1. – С. 95-99.

5. Кирдяшова Е.В., Тараскина И.В. Психологические особенности организации воспитательно-развивающей деятельности в разнопрофильных детских оздоровительных лагерях [Электронный ресурс] // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – № 1 – 2025. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-organizatsii-vospitatelno-razvivayuschey-deyatelnosti-v-raznoprofilnyh-detskih-ozdorovitelnyh-lageryah> (дата обращения: 03.12.2025). – doi:10.24412/2078-9823-069.025.202501.078-086.

6. Ковылов А.А. Организация коллективной деятельности подростков в детском оздоровительном лагере // МНКО. – 2025. – №3. – С. 101-103.

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ

С. А. Каймыштаева

Новосибирский государственный университет

Экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, svetlanakai03@gmail.com

Научный руководитель: Кравец А. В., к.соц.н., доцент

Статья посвящена изучению уровня удовлетворённости студентов образовательными услугами. На основе анкетирования студентов, были выявлены ключевые аспекты, оказывающие влияние на их уровень удовлетворённости в образовательном процессе, а именно качество преподавания, техническая оснащённость учебных аудиторий, чистота в помещениях. При этом, наименее значимым оказалась цифровая среда. Также были выделены типы студентов в зависимости от отношения к деятельности университета и формы обучения.

The article is devoted to the study of students' satisfaction with educational services. Based on the students' questionnaires, the key aspects affecting their satisfaction in the educational process were identified, namely the quality of teaching, the technical equipment of classrooms, and the cleanliness of the premises. However, the digital environment was found to be the least significant factor. The article also identifies the types of students based on their level of satisfaction and the form of education.

В эпоху цифровизации и трансформации во всех сферах общественной жизни происходят различные изменения, оказывающие влияние на развитие и деятельность организаций, институтов, компаний и т.д. Преобразования, происходящие в современной рыночной экономике, детерминируют необходимость оценки деятельности организаций различных сфер, в том числе изучение уровня удовлетворённости потребителей. Это связано с тем, что такой мониторинг демонстрирует тенденции развития, направленность действий, выявляет существующие проблемы, снижает риски, внедряет улучшения и т. п. Изменения в экономике касаются и вопросов трансформации сферы образования, которая включает в себя все уровни обучения в образовательных учреждениях, профессиональную подготовку, переквалификацию и т.д.

В настоящее время образовательные услуги все больше ориентированы на удовлетворение потребностей и запросов потребителя (студента, школьника, родителей, работодателей), следовательно, изучение уровня удовлетворённости становится ключевым фактором эффективного развития и конкурентоспособности учебных учреждений. Систематическое изучение данного феномена позволяет выстроить

«маркетинговую политику» образовательной организации, включающий рассмотрение состояния внутренней и внешней политики, выявление сильных и слабых сторон, улучшение деятельности, в том числе адаптацию новых технологий, совершенствование образовательных программ, обеспечение гарантии качества предоставляемых услуг, повышение репутации. Изучение уровня удовлетворённости студентов образовательными услугами является важным фактором не только для определения направленности развития того или иного учебного заведения, но и для эффективного развития конкурентных преимуществ на рынке.

Проблема исследования: с одной стороны, для определения уровня удовлетворённости студентов образовательными услугами высшего образования используют оценку аспектов образовательного процесса (учебный план, дисциплины, темы практических занятий и т.д.). С другой стороны, на уровень удовлетворённости студентов значимое влияние оказывают внешние факторы, такие как инфраструктура университета, условия проживания в общежитии, взаимоотношения с одногруппниками и т.п.

В исследовании приняли участие 130 студентов, обучающихся на очной форме по программам бакалавриата бюджетной и коммерческой основы обучения. В первую очередь, студентам был задан вопрос о том, удовлетворены ли они выбором своего учебного заведения, в данном случае НГУЭУ. По полученным данным отметим, что больше половины респондентов поступили в данный университет по своему желанию («да поступил туда, куда хотел» - 67,3%); те, кто хотели поступить именно в этот университет, но на другую специальность составили 22,4%; студентов, которые не удовлетворены выбором своего университета всего 2,8%; остальные затруднились дать ответ на данный вопрос (7,5%). Интересно отметить, что среди затруднившихся больше всего студентов первого курса (11,8%), что может быть связано с тем, что первокурсники еще находятся на стадии первоначальной адаптации к новому месту обучения.

Для студентов НГУЭУ наиболее важными в образовательном процессе является приобретение практических навыков для будущей работы (30,4%). Это может указывать на желание студентов в дальнейшем работать по обучаемой специальности. Также, в равной мере важным для респондентов является налаживание полезных, деловых связей и прокачивание личных навыков (личностное развитие) (по 18,8% соответственно). Освоение и получение качественных теоретических знаний в процессе обучения является важным для 13,7% респондентов.

При этом, наименее важным стало получение диплома как формального документа (9,6%).

Для выявления факторов, оказывающих влияние на уровень удовлетворённости студентов образовательными услугами, респонденты по 5-ти балльной шкале (где 1 – очень важно, 5- совсем не важно) оценивали важность того или иного аспекта образовательного процесса. Так, по полученным данным, можно отметить, что значительное влияние (5 баллов) на удовлетворенность образовательными услугами оказывает оснащённость общественного питания, в том числе работа столовой, кафе, магазинчиков в университете (42,1%), и качество преподавательского состава (41,1%). Также высокое влияние (4 балла), по мнению студентов, оказывают такие аспекты как чистота в аудиториях и помещениях – 51,4%; организация внеучебных мероприятий (культурных, спортивных, научно-исследовательских) – 47,7%; техническая оснащённость аудиторий для занятий – 44,9%. Наименее значимым (2 балла) и оцениваемое студентами как «не очень важно» является доступность и функциональность цифровой среды университета (работа информационного центра, цифровых систем и т.д.). При этом респонденты, оценивая работу цифровых систем своего университета, дают оценку «хорошо», отмечая, что пару раз сталкивались с трудностями при обращении к перечисленным цифровым системам. Таким образом, действительно, качество преподавательского состава является наиболее важным фактором, влияющим на уровень удовлетворённости студентов. Но, вместе с этим, студенты отмечают значительное влияние такой фактор как материально-техническое оснащение и чистоту.

В рамках данного исследования был проведен кластерный анализ методом К-средних для выявления типов студентов по уровню их удовлетворенности обучением в университете. Для данного анализа были использованы вопросы, позволяющие рассмотреть такие критерии как форма обучения студента (бюджет или коммерция), его желание рекомендовать НГУЭУ для поступления абитуриентам, оценка значимости получаемых знаний в университете для будущей профессии и уровень уверенности в преимуществах своего образования на рынке труда. Так, всего было выделено три кластера, которым были даны следующие обозначения: «Критик - 31%», «Среднячок - 42%», «Оптимист - 34%».

Так, респонденты, вошедшие в кластер «Критик» имеют следующие характеристики: это студенты, находящиеся на коммерческой форме обучения, которые демонстрируют высокий уровень несогласия (5 баллов) с представленными утверждениями: критики не готовы

рекомендовать свой ВУЗ для поступления, они не согласны с тем, что получают знания, которые могли бы помочь при устройстве на работу или имеют какие-либо конкурентные преимущества на рынке труда. То есть, можно сказать, что критики в целом не удовлетворены или не довольны своим обучением в данном университете. Следующий кластер – «Среднячок», характеризует студентов, обучающихся на бюджетной форме и выступающих как сомневающиеся, осторожные или колеблющиеся студенты. Такие люди, не могут четко выразить своей уверенности в том или ином аспекте: они, в целом, скорее готовы порекомендовать свой университет другим и скорее замечают практическую значимость своих знаний, получаемых в процессе обучения. При этом, они скорее не согласны с тем, что их образование дает какое-либо преимущество при поиске и устройстве на работу. «Среднячки» еще не определились со своим отношением к образовательным услугам. Далее, последний кластер – «Оптимист» представляет собой людей, обучающихся на бюджете и высказывающих полную удовлетворенность всеми аспектами своего обучения: они полностью готовы рекомендовать университет для поступления, уверены в значимости своих знаний и образования. Оптимисты позитивно оценивают деятельность университета и являются его «защитниками».

Также, отметим, что критики характеризуют атмосферу в университете больше, как напряженную и стрессовую (48,5%). Для среднячков атмосфера в университете представляется дружелюбной и поддерживающей, а также вдохновляющей и открытой для творчества (73,8% и 50% соответственно). Оптимисты разделяют мнение среднячков о дружелюбной атмосфере (79,4%), но несмотря на это, они также отмечают наличие атмосферы конкуренции и соперничества между студентами (35,3%). Таким образом, можно отметить зависимость уровня удовлетворённости студентов от формы обучения: студенты-платники меньше удовлетворены качеством образовательных услуг в университете, чем «среднячки» и «оптимисты», обучающиеся на бюджете.

В целом, студенты демонстрируют высокий уровень удовлетворённости образовательными услугами. По результатам исследования, было выявлено, что удовлетворённость определяется комплексом факторов, где наряду с качеством преподавательского состава ключевую роль играет материальное-техническое обеспечение университета.

Литература:

1. Елисеева Е. Н. Оценка удовлетворенности и лояльности потребителей в сфере высшего образования [Электронный ресурс] // Общество, экономика, управление. – №4 – 2018. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenkaudovletvorennosti-i-loyalnosti-potrebiteley-v-sfere-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 21.10.2025).
2. Кусов А. Г., Дудаева Л. Р., Лолаева А. С. Понятие, виды и значение образовательных услуг [Электронный ресурс] // Научные междисциплинарные исследования. – №5. – 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-vidy-i-znachenieobrazovatelnyh-uslug> (дата обращения: 21.10.2025)
3. Кучерявенко С.А., Назарова А.Н. Анализ удовлетворенности потребителей образовательных услуг как инструмент управления качеством [Электронный ресурс] // Научный результат. Экономические исследования. – №2. – 2022 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-udovletvorennosti-potrebiteleyobrazovatelny> (дата обращения: 21.10.2025)
4. Лаврова А.П. Основные методы оценки удовлетворенности покупателей в современных условиях [Электронный ресурс] // Гуманитарные, социально экономические и общественные науки. – №5. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-metody-otsenki-udovletvorennostipokupateley-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 21.10.2025).

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С. М. Коваленок, В. В. Кароян

Новосибирский государственный университет

Экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, sk.fleur@gmail.com

Научный руководитель: Наумова Е. В., к.соц.н., доцент

Исследование посвящено гендерным аспектам предпринимательства. На основе анкетирования студентов и интервью с предпринимателями выявлены ключевые особенности гендерной специфики в этой сфере. Работа рассмотрена с двух позиций: восприятия общества (студенты) и опыта самих предпринимателей. Сравнение количественных и качественных данных позволило полнее раскрыть мотивацию, стратегии и барьеры для мужчин и женщин в бизнесе.

The study focuses on gender aspects of entrepreneurship. Based on surveys of students and interviews with entrepreneurs, key features of gender specificity in this field are identified. The work is examined from two perspectives: societal perception

(students) and the entrepreneurs' own experience. Comparing quantitative and qualitative data provided a more comprehensive insight into the motivation, strategies, and barriers for men and women in business.

В современных условиях предпринимательская деятельность активно развивается и становится способом реализации как для мужчин, так и для женщин. Однако если роль лидера для мужчин в общественном сознании воспринимается как естественная, то в отношении женщин все еще сохраняются сомнения. Это осложняет коммуникацию с клиентами, сотрудниками и институтами поддержки, а также влияет на возможности экономической самореализации.

Изучение состояния предпринимательской сферы с позиции гендерной специфики актуально в связи с ростом женской предпринимательской активности и появлением новых экономических возможностей. Несмотря на расширение возможностей для женщин, сохраняются гендерные стереотипы и социокультурные барьеры, влияющие на мотивацию, стратегии ведения бизнеса и доступ к ресурсам.

Для анализа состояния предпринимательской сферы нами в октябре 2025 года было проведено исследование, включающее два метода: анкетирование 95 студентов 20–23 лет и интервью с тремя мужчинами и тремя женщинами-предпринимателями в возрасте 27–60 лет. Совмещение методов позволило одновременно изучить внешнее восприятие предпринимательства и внутренний опыт самих участников, выявляя как совпадения, так и различия между ними.

Исследование начинается с анализа мотивов выбора предпринимательской деятельности. Студенты считают, что ключевыми мотивами мужчин являются стремление к высоким доходам (35,3%) и амбиции, связанные с признанием (31%), тогда как женская мотивация, по их мнению, более разнообразна: 24% видят целью высокий доход, 22,4% – самореализацию и независимость, 18,6% – стремление к признанию. Хотя разница между некоторыми мотивами невелика, респонденты чаще относили гибкий график и социальную значимость к женщинам, а возможность самостоятельно принимать решения – к мужчинам. Более того, студенты полагают, что женщины ориентированы на вклад в общество и помощь окружающим, что говорит о комплексных целях помимо личного финансового благополучия, на которое ориентированы мужчины.

Интервью с предпринимателями частично подтверждают эти представления, но выявляют новые нюансы. Мужчины действительно акцентируют внимание на самостоятельности, реализации своих навыков и финансовой независимости. Женщины же чаще называют

вынужденные обстоятельства: Ольга начала бизнес в условиях безработицы и экономических трудностей 1990-х годов, а Мария – из-за негативного опыта работы по найму, когда просьба уйти на пару часов по болезни обернулась увольнением. Эти примеры показывают, что мотивация женщин бывает вынужденной, а старт предпринимательской деятельности – более рискованным, что опровергает распространенное представление о женском бизнесе как более «осторожном».

Анализ личных качеств также выявляет определенные гендерные различия. Студенты приписывают мужчинам «склонность к риску и инновациям» и «напористость и уверенность», а женщинам – «гибкость и адаптивность» и «развитые коммуникативные навыки». Способность к системному мышлению студенты отмечают примерно одинаково (18% у мужчин и 17,9% у женщин).

Интервью подтверждают, что женщины ориентированы на коммуникацию и взаимодействие с клиентами, активно ведут диалог для отслеживания удовлетворенности и формирования долгосрочных отношений, а мужчины – на инициативность и стратегические решения. При этом женщины подчеркивают, что им также свойственен риск на этапе становления бизнеса, когда они сталкиваются с неопределенностью и внешними обстоятельствами.

Что касается стратегий ведения бизнеса, студенты считают, что мужчины ведут более рискованную стратегию (43,2%), а женщины – осторожную. Интервью уточняют: осторожность действительно характерна для женщин, но проявляется после стабилизации бизнеса, когда они стремятся сохранить коллектив, укрепить внутренние процессы и обеспечить устойчивость. Мужчины же ориентированы на масштабирование, выход на новые рынки и усиление конкуренции. Таким образом, восприятие студентов частично совпадает с реальностью, но упрощает картину женской стратегии, которая сочетает ранний риск и последующую прагматичность.

В вопросах сфер деятельности студенты предполагают, что мужчины работают в строительстве, IT и высоких технологиях, а женщины – в услугах, красоте, моде и образовании. Интервью подтверждают частично эти ожидания: женщины развивают бизнес в сфере услуг и торговли (Ольга – канцелярия и подарки, Юлия – спортивные услуги, Мария – студия красоты), мужчины – в общепите, производстве и мастерских. При этом пересечения сфер показывают, что выбор определяется скорее личными возможностями, чем полом.

Восприятие управленческих способностей женщин и мужчин не всегда совпадает с реальной практикой. Так, среди студентов распространено мнение, что женщинам сложнее справиться с

руководством командой. Однако данные интервью с предпринимателями эту точку зрения не подтверждают.

Исследование выявило гендерные особенности в подходах к управлению. Женщины-предпринимательницы склонны уделять больше внимания прямым контактам с клиентами для отслеживания их удовлетворенности, считая это одной из ключевых задач руководителя. При этом они выстраивают в коллективе дружелюбную атмосферу, делая акцент на важности «человеческих отношений». Мужчины-предприниматели, напротив, предпочитают делегировать более широкий круг обязанностей, фокусируясь на стратегических руководящих функциях.

Различие в приоритетах также проявляется в понимании важных для бизнеса связей: если женщины делают акцент на отношениях с клиентами, то мужчины чаще говорят о партнерстве и налаживании связей с поставщиками по всей стране.

Стереотипы остаются значимым барьером. 78,9% студентов считают, что отношение к женщинам-предпринимательницам предвзято. Женщины подтверждают это своим опытом, сталкиваясь с недоверием и сомнениями в компетентности, тогда как мужчины полностью отрицают наличие дискриминации в предпринимательской деятельности.

С одной стороны, большинство респондентов (70,6%) отвергают тезис о меньшей компетентности женщин в традиционно «мужских» сферах бизнеса, таких как финансы и технологии. С другой стороны, сохраняются устойчивые предрассудки. Каждый четвертый респондент (24,2%) считает, что для женщин семейные обязанности важнее карьерных амбиций, а 27,4% полагают, что бизнес женщин носит более консервативный и менее рискованный характер.

В оценке финансовых барьеров мнения студентов и предпринимательниц совпадают: лишь 2,1% считают, что доступ к финансам зависит от пола, и женщины подтверждают отсутствие гендерных ограничений. Однако общественный скепсис сохраняется: 62,1% студентов и сами предпринимательницы отмечают недоверие к женскому бизнесу.

Наибольшее расхождение выявлено в оценке государственной поддержки. 18,9% студентов предполагают существование специальных мер, но ни один предприниматель не знает о них, включая федеральный проект «Мама-предприниматель». Это указывает на слабую информированность и недостаточную адресность поддержки.

Несмотря на трудности, студенты оценивают перспективы женского предпринимательства оптимистично: 45,3% считают, что оно развивается, 35,8% ожидают рост, а 29,5% уже видят равный уровень

активности мужчин и женщин. Интервью подтверждают уверенность женщин в своих силах и намерение расширять деятельность, пусть и без масштабных амбиций, но с устойчивым ростом.

Полученные в ходе исследования данные показывают, что представления студентов в целом совпадают с реальным опытом предпринимателей, однако местами упрощают положения женщин в бизнесе. В действительности женщины сталкиваются с рисками, скрытой дискриминацией, но при этом демонстрируют устойчивость, адаптивность, коммуникабельность и профессиональную уверенность. Мужчины же остаются ориентированы на рост, расширение и амбициозное развитие бизнеса. Таким образом, современное состояние предпринимательства характеризуется постепенным сближением возможностей и стратегий, несмотря на сохраняющееся влияние гендерных стереотипов.

Литература:

1. Таскин Ф.А. Интерес женщин России к предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2025. – № 1 (53). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interes-zhenschin-rossii-k-predprinimatelskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 20.10.2025).
2. Холуд А. Гендерный аспект в предпринимательстве и особенности женского предпринимательства в РФ [Электронный ресурс] // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 5-1. – С. 358-364. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49246183> (дата обращения: 20.10.2025).
3. Янченко А.Ю., Непомнящих А.А. Особенности женского предпринимательства в малом бизнесе [Электронный ресурс] // Путеводитель предпринимателя. – 2025. – Т. 18, № 2. – С. 116-124. – URL: <https://www.pp-mag.ru/jour/article/view/2099> (дата обращения: 21.10.2025).

ВОСПРИЯТИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖЬЮ

С. В. Корнечук, О. В. Шапорта, А. С. Цыбикова

Новосибирский государственный университет

экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, nalu22641@gmail.com

Научный руководитель: Мельникова А. С., ст. преп.

В данной статье рассматривается вопрос о восприятии технологий искусственного интеллекта российской молодежью. С помощью методов «логический квадрат», «логический прямоугольник» и шкалы Лайкерта авторы анализируют, как российская молодежь относится к применению искусственного интеллекта в различных сферах жизни общества, а также то, какое влияние его применение оказывает на жизнь людей.

This article examines the preception of artificial intelligence technologies among Russian youth. Using the methods of the «logical square», «logical rectangle» and Likert scale, the authors analyze the youth's attitude towards the application of artificial intelligence in various areas of society, as well as the impact it has on people's lives.

По данным интернет-опроса ВЦИОМ на тему использования россиянами искусственного интеллекта [1], в котором приняло участие 1600 человек в возрасте от 18 лет, каждый второй опрошенный (51%) как минимум пробовал использовать искусственный интеллект (ИИ) в деле. Причем, как отмечается в аналитическом обзоре исследования, чем моложе интернет-пользователи, тем активнее они используют нейросети: среди молодежи до 34 лет 81% пользовался нейросетями в течение последнего года.

Тем не менее, проблема восприятия искусственного интеллекта по-прежнему остается противоречивой в обществе: с одной стороны, ИИ воспринимается, как элемент некоторых утопических ожиданий, связанных с прогрессом и комфортом, с другой - дистопических, связанных с процессом дегуманизации, потери человеческих связей и контролем [2]. Как пишут А.В. Резаев и Н.Д. Трегубова в своей работе «Искусственный интеллект и искусственная реальность: новые явления, проблемы и задачи для социальных наук»: «Современное общество сталкивается с проблемами социального и антисоциального поведения, связанного с использованиями технологий ИИ, препятствующего тому, чтобы люди создавали и поддерживали общественные отношения» [3, с. 10].

Чтобы изучить вопрос восприятия ИИ современной молодёжью более полно и системно, нами было принято решение провести исследование в формате онлайн-анкетирования, объектом которого являлись молодые люди в возрасте до 35 лет. Предмет исследования – установки и оценки современной молодёжи относительно потенциальных преимуществ и рисков развития и внедрения искусственного интеллекта в различные сферы жизни общества. Общее количество респондентов – 51 человек.

Используя метод «Логический квадрат» [4], мы обозначили два противоположных определения: 1) «ИИ – это, в первую очередь, угроза для свободы и приватности обычных людей», 2) «ИИ – это, в первую очередь, инструмент для решения сложных проблем человечества (например, в медицине, науке, экологии)».

Результаты, полученные нами, отражены на Рисунке 1.

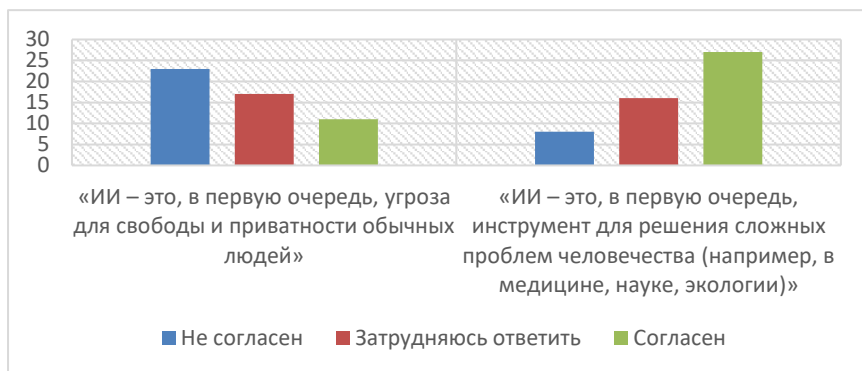


Рис. 1 – Результаты по методу логического квадрата, чел.

Из полученных результатов, по первому утверждению мы можем выделить следующее: многие респонденты не согласны с мнением о том, что ИИ – это угроза свободы и приватности (45%); 21% согласились с этим утверждением; 33% затруднились с ответом.

Переходя ко второму утверждению, большая часть респондентов считает, что ИИ, в первую очередь, все же инструмент для решения задач (52%); 17% оказались не согласны с утверждением; 31% затруднились с ответом.

Далее, воспользовавшись методом «Логический прямоугольник», мы предложили респондентам выразить своё мнение относительно того, какое влияние окажет внедрение ИИ в следующие сферы: 1) экономика и рынок труда (вытеснение человеческого труда искусственным интеллектом и снижение спроса на рабочую силу в ряде отраслей), 2)

система здравоохранения (внедрение систем ИИ для поддержки врачебных решений), 3) государственное управление и безопасность (ИИ автоматически классифицирует документы «секретно», «персональные», выявляет аномалии в реестрах и т.д.).

Результаты отражены на Рисунке 2.

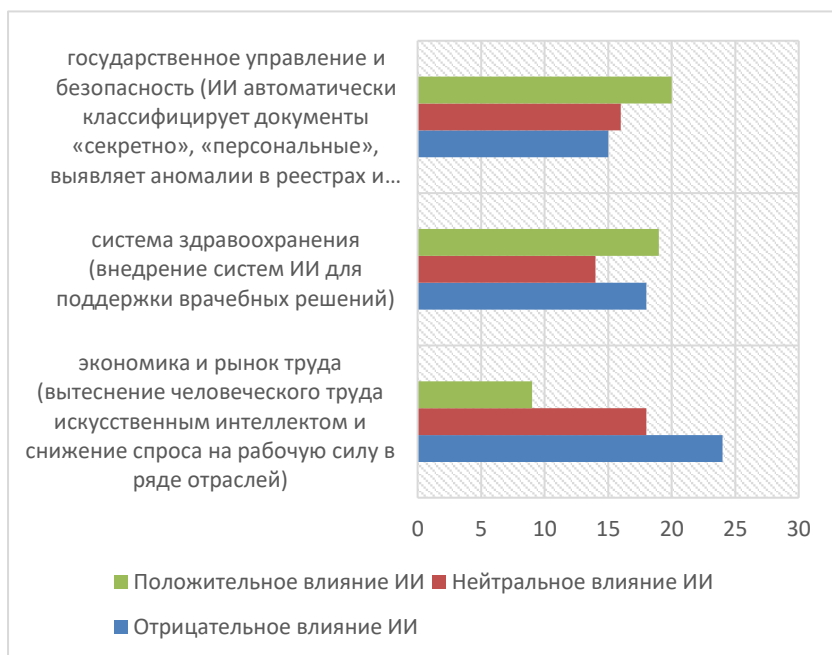


Рис. 2 – Результаты по методу логического прямоугольника, чел.

Исходя из результатов, можно сделать следующие выводы:

1) Большинство (47%) опрошенных считают, что внедрение ИИ окажет отрицательное влияние на экономику и сферу труда. 35% респондентов считают, что влияние оказано не будет, а меньшинство (18%) придерживаются позиции, что ИИ положительно скажется на экономическом секторе;

2) Внедрение систем ИИ для поддержки врачебных решений, по мнению большинства респондентов (37%), положительно скажется на системе здравоохранения, однако, почти такое же количество (35%) не согласны с этим, и видят в этом негативное влияние. 27% респондентов считают, что влияние будет нейтральным;

3) Внедрение систем ИИ в государственное управление и безопасность, по мнению большинства респондентов (39%), скажется положительно, 29% считают, что будет оказано отрицательное влияние и почти столько же считает, что влияние будет нейтральным (31%).

Следующим этапом эмпирического анализа стало измерение интенсивности и направленности установок респондентов. С этой целью нами была применена пятибалльная шкала Лайкерта, где 1 балл отражает совершенное несогласие респондента с некоторым утверждением, касающегося использования ИИ, 5 – полное согласие. Список предоставленных нами утверждений в таблице 1.

Таблица 1 – Список использованных утверждений и описательные статистики

Суждение	Медиана	Кв. размах
Использование ИИ на работе освободит человека от примитивных рабочих задач, позволяя применить профессионализм в более сложных аспектах работы;	4	1
ИИ упрощает решение повседневных задач, делая жизнь людей комфортнее;	4	1
ИИ будет способствовать базой данных для хранения клинических случаев, улучшит мед. диагностику и сделает лечение более доступным;	3	2
Социальное неравенство может быть усилено повсеместным внедрением ИИ вследствие цифрового разрыва;	3	2
ИИ обесценивает живое человеческое общение, вследствие чего человек может потерять социальные навыки;	3	2
Внедрение ИИ для поддержки врачебных решений приведёт к развитию медицины и улучшению качества лечения;	3	2
ИИ может выйти из-под контроля и стать угрозой для безопасности человечества.	3	2
Развитие ИИ приведёт к массовой безработице и заменит людей на многих профессиях;	3	2
ИИ открывает новые возможности для творчества и самовыражения людей, создания творческих работ, дизайна;	4	2

Образовательные программы на основе ИИ позволят персонализировать обучение и сделать его более продуктивным для учеников;	4	2
Использование ИИ приведёт к деградации человеческих навыков, критического мышления и моральных норм;	4	2
Развитие ИИ поможет с поиском решения глобальных проблем (усугубление экологического кризиса, угроза массового голода и др.);	4	2,5

Посредством шкалы было выявлено, что большинство респондентов придерживаются мнения, что технологии ИИ полезны для упрощения повседневных задач, открывает новые возможности для творчества, может способствовать персонализации обучения и развитию медицины. Однако, многие также считают, что ИИ может стать угрозой для человечества, обесценивать живое общение, привести к повышению безработицы среди населения, цифрового разрыва, а также привести к общей деградации навыков критического мышления и моральных норм.

Литература:

1. ВЦИОМ. Нейросети: инструмент, а не магия [Электронный ресурс]. - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/neiroseti-instrument-a-ne-magija> (дата обращения: 21.11.2025)
2. Крылова М. Н. Социальные угрозы, которые вызывает искусственный интеллект, и реакция на них общества [Электронный ресурс] // Studia Humanitatis. – №1. – 2024 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-ugrozy-kotorye-vyzyvaet-iskusstvennyy-intellekt-i-reaktsiya-na-nih-obschestva> (дата обращения: 21.11.2025).
3. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Искусственный интеллект и искусственная реальность: новые явления, проблемы и задачи для социальных наук // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2021. – №2. – С. 4-19.
4. Толстова Ю. Н., Измерение в социологии: учебное пособие / Ю.Н. Толстова. –М.: КДУ, 2007. – 288 с.

ВОСПРИЯТИЕ СОВЕТСКИХ НОСТАЛЬГИЧЕСКИХ КОДОВ В МАРКЕТИНГЕ ПОКОЛЕНИЕМ Z

П. С. Косякова, М. О. Кравченко, Д. А. Митрофанова
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, polina.kossyakova.k@gmail.ru
Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н., доцент

Статья посвящена изучению восприятия советских ностальгических кодов в маркетинге поколением Z, не имеющим личного опыта жизни в СССР. В работе раскрываются социально-психологические аспекты ностальгического маркетинга, а также эффект ностальгии в российской медиакультуре. В заключении обоснована актуальность проведения эмпирического исследования по изучаемой теме.

This article examines the perception of Soviet nostalgic marketing codes by Generation Z, who lack personal experience of life in the USSR. It explores the socio-psychological aspects of nostalgic marketing, as well as the impact of nostalgia on Russian media culture. The conclusion substantiates the relevance of conducting empirical research on this topic.

Актуальность. В современных условиях насыщенного потребительского рынка ностальгический маркетинг становится ключевым инструментом дифференциации брендов [1]. Особый исследовательский интерес представляет поколение Z (18-25 лет), для которого советские ретро-коды являются «чужой ностальгией» – тоской по непрожитому опыту. Как отмечают А.П. Романова и М.М. Федорова, данное поколение формирует отношение к советскому прошлому через опосредованные каналы – память предыдущих поколений и медиадискурс [2]. В этой связи понимание восприятия ностальгических кодов становится критически важным для построения успешной коммуникации с ключевой потребительской аудиторией будущего.

Степень изученности проблемы. Феномен ностальгического маркетинга получил комплексное освещение в научной литературе. Л.М. Капустина и А.С. Миколенко определяют его как инструмент, использующий приятные воспоминания из прошлого для привлечения и удержания клиентов, и выделяют ключевые стратегии его реализации - «новую ностальгию» и «ложную ностальгию» [1]. М.В. Терских детально систематизировала визуальные и вербальные коды советской культуры, используемые в современной рекламе, выделив политическую символику, эстетику плакатов и цитаты из произведений [3]. Е.В. Белова и С.К. Пирцхалашвили исследуют ностальгию как психологический механизм воздействия на потребителей через актуализацию жизненного

опыта, рассматривая её в контексте диалогической парадигмы массовых коммуникаций [4].

Важный вклад в понимание специфики восприятия ностальгического контента молодежной аудиторией внесли Д.В. Дунас, Е.А. Салихова и Д.А. Бабына. Эти исследователи проанализировали эффект ностальгии в российской медиакультуре на примере молодежных сообществ в социальной сети VK. Их работа показала, что ностальгия используется как медиатехнология для формирования «нового патриотизма» у цифровой молодежи [2].

В контексте поколенческих различий А.М. Михалев подчеркивает, что представители поколения Z обладают повышенным уровнем глобального сознания и тонко чувствуют фальшь, что необходимо учитывать при разработке маркетинговых стратегий [5]. Автор отмечает, что современное поколение проявляет интерес к инновациям и технологическим возможностям, ведет себя рационально и предпочитает делать покупки онлайн. А.Д. Когай детально анализирует проблемы классификации и определения границ цифровых поколений в российской медиасистеме, отмечая необходимость адаптации западных теорий к национальному культурному контексту [6].

Зарубежные исследования подтверждают эффективность ностальгической темы как маркетинговой коммуникации с потребителем. К.И. Банч анализирует использование ретро-маркетинга для создания эмоциональной связи с потребителями, подчеркивая, что ностальгия связывает продукт с прошлым для создания устойчивых ассоциаций [7]. М. Дашкевич исследует ностальгические потребительские тренды и их влияние на формирование покупательского поведения, отмечая, что в турбулентные времена люди чувствуют более сильную ностальгию, ища утешения в прошлом [8].

Особого внимания заслуживает исследование А.П. Романовой и М.М. Федоровой, которые ввели понятие «чужой ностальгии» применительно к цифровому поколению, не имеющему личного опыта жизни в СССР. Авторы показывают, что такая ностальгия представляет собой способ психологической защиты от настоящего с помощью реконструкции памяти о великом прошлом и формируется под влиянием памяти предыдущих поколений и средств массовой информации [2].

Итак, следует отметить, что использование советских ностальгических кодов в маркетинге представляет собой сложный многоаспектный феномен, требующий детального изучения в контексте восприятия поколением Z. Советские ретро-коды способствуют формированию эмоциональной связи с брендом, апеллируют к чувству стабильности и качества, а также создают эффект узнаваемости.

Несмотря на существующие риски, такие как возможное отторжение политизированной символики или непонимание исторических отсылок, привлекательность ностальгического маркетинга может преобладать благодаря личным и общественным ценностям. Успешность применения этих кодов зависит от культурного контекста, глубины исторических знаний и соответствия ценностным ориентациям молодежной аудитории.

Однако, несмотря на достаточную разработанность темы, существующие теоретические положения не в полной мере подкреплены результатами эмпирических исследований, раскрывающих особенности воздействия ностальгического маркетинга на молодежную аудиторию, что может ограничивать возможности его практического применения.

Для дальнейшего изучения темы предполагается социологическое исследование восприятия советских ностальгических кодов среди молодежи. Эмпирическое исследование будет включать онлайн-опрос студентов новосибирских вузов с использованием метода ранжирования визуальных и вербальных кодов по шкале Лайкерта, а также качественный анализ открытых ответов респондентов для выявления причин предпочтения тех или иных элементов ностальгического маркетинга.

Литература:

1. Капустина Л.М., Миколенко А. С. Ностальгический маркетинг: понятие, стратегии и тренды [Электронный ресурс] // Деловой вестник предпринимателя. – 2023. – № 3 (13). – С. 11-14. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nostalgicheskiy-marketing-ponyatie-strategii-i-trendy> (дата обращения: 23.11.2025).

2. Романова А. П., Федорова М. М. «Советская ностальгия» несоветского цифрового поколения [Электронный ресурс] // Южно-российский журнал социальных наук. – 2021. – № 1. – С. 6-18. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovetskaya-nostalgiya-nesovetskogo-tsifrovogo-pokoleniya> (дата обращения: 24.11.2025).

3. Терских М. В. Ностальгический маркетинг: прецедентные тексты советского периода в постсоветской рекламе [Электронный ресурс] // Verba. Северо-Западный лингвистический журнал. – 2023. – № 4 (9). – С. 41-67. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nostalgicheskiy-marketing-pretседentnye-teksty-sovetskogo-perioda-v-postsovetskoy-reklame> (дата обращения: 26.11.2025).

4. Белова Е. В., Пирцхалашвили С. К. Прием ностальгии в современной рекламе как психологический феномен // Социогуманитарные коммуникации. – 2025. – № 2 (12). – С. 100-104.

5. Михалев А.М. Факторы влияния на поведение потребителей и их учет в разрезе теории поколений [Электронный ресурс] // Практический маркетинг. – 2023. – № 9. – С. 3-11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyaniya-na-povedenie-potrebiteley-i-ih-uchet-v-razreze-teorii-pokoleniy> (дата обращения: 21.11.2025).

6. Когай А.Д. Цифровые поколения как целевые аудитории медиакоммуникаций: проблемы классификации и определения границ [Электронный ресурс] // Коммуникативные исследования. – 2024. – № 2. – С. 235-252. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-pokoleniya-kak-tselevye-auditorii-mediakommunikatsiy-problemy-klassifikatsii-i-opredeleniya-granits> (дата обращения: 23.11.2025).

7. Bunch C.Y. Nostalgia as a Tactic for Marketers: The Use of Retro Marketing to Entice Consumer Purchase [Electronic resource] // Association of Marketing Theory & Practice Conference. – 2022. – P. 1-18. – URL: https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/amp-tp-proceedings_2022/8 (accessed: 24.11.2025).

8. Daszkiewicz M. Nostalgic consumer trends and nostalgia marketing [Electronic resource] // Ekonomia — Wroclaw Economic Review. – 2023. – Vol. 29, iss. 4. – P. 69-82. – URL: <https://doi.org/10.19195/2658-1310.29.4.6> (accessed: 22.11.2025).

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОЗИЦИЙ ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ В РЕЙТИНГАХ 2024–2025 ГГ.

Л. Е. Кравченко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, tochkawl@gmail.com**

Научный руководитель: Отто З. Н., к.соц.н., доцент

В статье рассматриваются изменения позиций ведущих российских университетов в ключевых национальных и международных рейтингах 2024–2025 гг. Анализируются данные RAEX, QS World University Rankings и Times Higher Education, а также корректировки, вызванные обновлением методик рейтингов. Особое внимание уделено динамике топ-5 университетов, сохранению конкурентных преимуществ и факторам, влияющим на колебания позиций. Приведена таблица с показателями университетов и интерпретация текущих трендов.

The article examines the changes in the positions of leading Russian universities in key national and international rankings for 2024–2025. It analyzes data from RAEX, QS World University Rankings, and Times Higher Education, as well as adjustments caused by the update of ranking methodologies. Special attention is given to the dynamics of the top 5 universities, the preservation of competitive advantages, and the

factors influencing fluctuations in positions. A table with the universities' indicators and the interpretation of current trends is provided.

Введение

Ранжирование университетов по различным методикам стало одним из ключевых инструментов оценки эффективности высшего образования. Для российских вузов рейтингование является не только репутационным механизмом, но и фактором, влияющим на стратегическое развитие, поступление абитуриентов и участие в государственных программах поддержки.

2024–2025 годы характеризуются значительным пересмотром международных методик: QS усилил вес показателей академической репутации и международного сотрудничества, а THE скорректировал структуру своей модели, добавив больше метрик, связанных с устойчивым развитием. На национальном уровне RAEX также продолжил адаптацию критериев, усилив роль научной результативности и взаимодействия с индустрией.

Цель данной статьи — на основе открытых данных проанализировать динамику позиций пяти сильнейших российских университетов и выявить ключевые факторы, определившие их изменения в 2024–2025 гг.

Материалы и методы

В исследовании использованы официальные открытые данные следующих рейтингов:

- RAEX-100 Россия (2024–2025)
- QS World University Rankings (2024–2025)
- Times Higher Education (2024–2025)

Анализ проводился по совокупности метрик: академическая репутация, научная результативность, качество образования, востребованность выпускников, международное сотрудничество, медийная активность.

Обработанные данные агрегированы для формирования сравнительной таблицы топ-5 университетов России.

Результаты исследования

1. Общая динамика позиций российских университетов в 2024–2025 гг.

В 2024–2025 гг. топовые российские университеты в целом сохранили стабильные позиции несмотря на интенсивные изменения международных методик. Большинство ведущих вузов либо удержали позиции, либо продемонстрировали умеренный рост в отдельных рейтингах.

Основные тенденции:

- в **RAEX** лидерами остаются МГУ, СПбГУ, МФТИ, НИУ ВШЭ и НГТУ «МИСиС»;
- в **QS** российские вузы демонстрируют разнонаправленную динамику, однако топ-5 удерживается достаточно уверенно;
- в **THE** наблюдается более выраженная вариативность, связанная с корректировкой весовых коэффициентов.

Таблица 1 показывает, что в 2025 году все пять университетов улучшили показатели в QS, при этом RAEX остаётся наиболее стабильным по структуре позиций.

Таблица 1 – Сравнительная таблица позиций топ-5 российских университетов (2024–2025 гг.)

Университет	RAEX 2024	RAEX 2025	QS 2024	QS 2025	THE 2024	THE 2025
МГУ им. М. В. Ломоносова	1	1	87	81	198	190
СПбГУ	2	2	242	232	353	340
МФТИ	3	3	290	278	401– 500	401– 500
НИУ ВШЭ	4	4	298	287	501– 600	501– 600
НГТУ «МИСиС»	5	5	308	295	601– 800	601– 800

2. Анализ академических показателей и научной продуктивности

Академические показатели топ-5 вузов в 2025 году улучшаются преимущественно за счёт роста публикационной активности. В частности:

- МГУ увеличил число публикаций в высокорейтинговых журналах в соответствии с национальными базами.
- МФТИ и НИУ ВШЭ показали рост цитируемости благодаря участию в крупных международных проектах в области IT и прикладной математики.
- НГТУ «МИСиС» усилил позиции за счёт роста доли публикаций в области материаловедения.

Несмотря на это, корректировки методик международных рейтингов приводят к тому, что рост по частным показателям не всегда напрямую конвертируется в повышение итоговых позиций.

3. Медиаприсутствие и репутационная динамика (2024–2025)

Медиаприсутствие вузов играет значительную роль в формировании репутационных компонентов рейтингов. Анализ медиапоказателей за 2024–2025 гг. показывает:

- увеличение упоминаемости МГУ и СПбГУ на фоне научно-популярных проектов и значимых юбилейных мероприятий;
- существенный рост активности МФТИ в связке с публикациями, посвящёнными нейротехнологиям и ИИ;
- стабильную позитивную динамику НИУ ВШЭ благодаря экспертным комментариям и широкому участию преподавателей в публичных дискуссиях.

Заключение

Проведённый анализ показал, что ведущие российские университеты демонстрируют устойчивое положение в национальных рейтингах и умеренно позитивную динамику в международных. Несмотря на пересмотры методик в QS и THE, российским вузам удаётся сохранять конкурентоспособность благодаря увеличению научной результативности, расширению медийной активности и поддержанию высокого качества образования.

В 2025 году основные тенденции включают:

- стабилизацию топ-5 в RAEX,
- постепенный рост позиций в QS,
- умеренную вариативность в THE,
- усиление роли медийных и репутационных факторов.

Полученные результаты могут быть использованы в работах по мониторингу качества образования и стратегическому управлению университетами.

Литература:

1. RAEX. Рейтинг лучших вузов России 2025 года [Электронный ресурс]. – URL: https://raex-rr.com/education/russian_universities/top-100_universities/2025/ (дата обращения: 05.11.2024).
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Мониторинг эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс]. – URL: <https://monitoring.miccedu.ru> (дата обращения: 07.11.2024).
3. М-Рейтинг. Рейтинг медиаактивности российских вузов [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn----ftbfmepluu.xn--plai> (дата обращения: 09.11.2024).

4. Федеральная служба государственной статистики. Образование в Российской Федерации: статистический сборник [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 12.11.2024).
5. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Национальный проект «Образование» [Электронный ресурс]. – URL: <https://edu.gov.ru/national-project/> (дата обращения: 15.11.2024).
6. UNESCO Institute for Statistics. Education indicators [Электронный ресурс]. – URL: <https://uis.unesco.org> (дата обращения: 18.11.2024).
7. OECD. Education at a Glance 2024: OECD Indicators [Электронный ресурс]. – URL: <https://oecd.org/education/> (дата обращения: 21.11.2024).
8. Times Higher Education. World University Rankings 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings> (дата обращения: 23.11.2024).
9. QS Top Universities. QS World University Rankings 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.topuniversities.com> (дата обращения: 26.11.2024).
10. Аналитический центр НИУ ВШЭ. Индикаторы образования в России 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://hse.ru/primarydata/education> (дата обращения: 29.11.2024).

КОНФЛИКТЫ В СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ ГОСПАБЛИКОВ НСО)

А. А. Лангер

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nastyfa1987@mail.ru**

Научный руководитель: Можейкина Л. Б., к.псих.н., доцент

Данное исследование фокусируется на обнаружении ключевых слов-триггеров в ходе обсуждения определённых тем в госпабликах Новосибирской области. В результате анализа динамики количественных показателей ключевых слов в комментариях, относящихся к различным типам социальных конфликтов, мы выявили актуальные проблемы, обсуждаемые в обществе.

This study focuses on identifying trigger keywords during discussions on specific topics in the state-owned publications of the Novosibirsk Region. By analyzing the dynamics of quantitative indicators of keywords in comments related to various types of social conflicts, we have identified the current issues being discussed in society.

В эпоху цифровой трансформации общества органы власти ищут новые способы взаимодействия с населением. Одним из таких инструментов являются госпаблики – официальные страницы региональных органов власти Новосибирской области в социальной сети «ВКонтакте». Согласно результатам многочисленных исследований, более половины пользователей интернета активно пользуются социальными сетями. В России этот показатель пока уступает мировому, однако демонстрирует уверенный рост [1]. Согласно данным департамента информационной политики Новосибирской области, в 2025 году 79% жителей региона используют социальные сети. Из них 56% предпочитают платформу «ВКонтакте» [2].

Выполняя такие функции как информирование, дистанционная поддержка и координация услуг, госпаблики оперативно дают ответы на кризисные вопросы граждан. Однако, виртуальное общение трудно поддается управленческому регулированию. Пользователи маскируют личные данные и оставляют негативные комментарии, обсуждая работу власти. Что, в свою очередь, может вызвать общественный резонанс.

Метод исследования базируется на статье М. Крашенинниковой, Э. Никольской о традиционных СМИ и социальных медиа. В статье представлена методика выделения ключевых слов по сферам конфликта, где основным является слово «конфликт» [3].

Проблема конфликтогенности в госпабликах выявлена методом количественного контент-анализа, который основан на поиске информации по ключевым словам в социальных конфликтах, классифицированных по девяти основным категориям: идеологические, научные, нравственные, политические, правовые, религиозные, социальные, управленческие и экономические. Также выделяют военные конфликты. Эта классификация основана на учебном пособии «Конфликтология. История. Теория. Практика», где А. Хохлов упоминает методологию, предложенную профессором Йельского университета Р. Далем [4,5,6].

Для выявления ключевых слов использовались словообразовательные гнезда от слова «конфликт», прилагательные и синонимические ряды из словарей Н. А. Абрамова (2008), З. Е. Александровой (2001) и Большого толкового словаря (1998). В каждой категории было выделено по пять ключевых слов, за исключением категории «политический конфликт», где пятым словом стало «партия» [7].

Анализ на предмет наличия в публикациях сформированных словообразовательных гнезд проводился путем экспорта данных из платформы обратной связи (ПОС). Количество инцидентов составило 27 506. Хронологические рамки исследования – с 1 сентября 2023 года по 29 февраля 2024 г. [8].

Финальные показатели демонстрируют усиление выражения мнений в парах «конфликт+норма», «конфликт+социальный», «конфликт+право», «конфликт+управление», «конфликт+хозяйство». Люди стремятся подтвердить и защитить свои убеждения, что оборачивается агрессией с использованием слов: норма, социальный, право, управление, хозяйство (Рисунок 1).

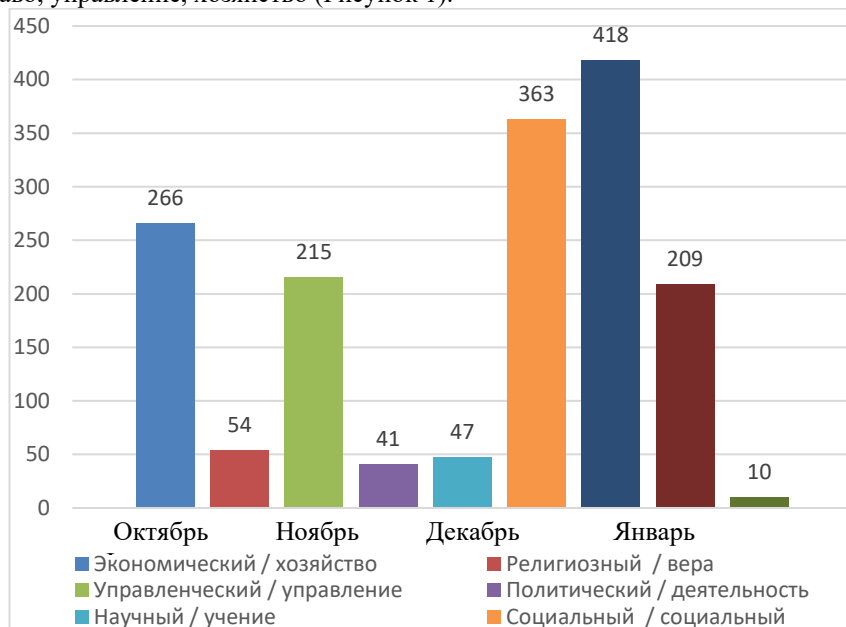


Рис. 1 – Финальные показатели анализа госпабликов с 01.10.2023 по 29.02.2024 г.

Литература:

1. Можейкина Л. Б. Личностные характеристики активных пользователей социальных сетей // Медицина Кыргызстана. – 2015. – № 2. – С. 93-95.
2. Результаты ежегодного исследования аудитории и рейтинга СМИ в 2025 году [Электронный ресурс]. - URL <https://uip.nso.ru/page/9681> (дата обращения: 24.11.2025).
3. Крашенинникова М. А., Никольская Э. С. Традиционные СМИ и социальные медиа: диалектика социальных конфликтов (2021-2022) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2022. – №5 [Электронный ресурс]. - URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-smi-i-sotsialnye-media-dialektika-sotsialnyh-konfliktov-2021-2022> (дата обращения: 09.11.2025).

4. Здравомыслов А. Г. Социология конфликта: Россия на путях преодоления кризиса. – М.: Аспект Пресс, 1995.

5. История теоретической социологии: в 4 т. Т. 3. – М.: Канон+, 1997. – 448 с.

6. Хохлов А. С. Конфликтология. История. Теория. Практика: учебное пособие. – Самара: СФ ГБОУ ВПО МГПУ, 2014. – 312 с.

7. Абрамов Н.А. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений: около 5000 синонимических рядов. – М.: АСТ, 2008.

8. Лангер А. А. Госпаблики как инструмент для достижения достаточного баланса коммуникации между властью и обществом // Психологическое пространство человека в условиях трансформации мира: Материалы I Международной научно-практической конференции, Красноярск, 22-23 ноября 2024 года. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2025. – С. 164-169.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ СТУДЕНТОВ НГТУ

Я. А. Лёзов, А. А. Литвинов

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, yaroslav.lezov@gmail.com**

Научный руководитель: Дегтярёва В. В., к.ф.н., доцент

В статье анализируется влияние социальных сетей на формирование политических взглядов молодежи. Рассматриваются персонализация контента и алгоритмы рекомендаций, создающие «информационные пузыри» и определяющие характер политической социализации в цифровой среде. На основе анкетирования студентов НГТУ выявлены особенности медиапотребления и уровень медиаграмотности молодых пользователей.

The article analyzes the impact of social media on shaping youth political views. It examines content personalization and recommendation algorithms that create “information bubbles” and define political socialization in the digital space. Based on a survey of NSTU students, the study identifies media consumption patterns and the level of media literacy among young users.

Социальные сети становятся ключевым пространством, где молодёжь не только получает информацию, но и формирует свои политические взгляды. Благодаря алгоритмам персонализации контента и возможностям мгновенного взаимодействия, платформы создают уникальную среду для распространения политических идей. Однако

степень и характер их влияния остаются предметом научных споров. Р.В. Бараш, отмечая, что «цифровой контент способствует формированию у своей аудитории установок по актуальным вопросам», ссылается на американское исследование, проведённое в 2020 году показывающее, что большинство американских граждан признают влияние социальных сетей на принятие ими тех или иных политических решений и формирование определенных социально-политических взглядов [1]. Исследование этого феномена требует обращения к ряду теоретических подходов, сформировавшихся в рамках медиакommunikационных и политологических исследований. Одной из базовых концепций является теория «фильтрующего пузыря», согласно которой алгоритмы социальных платформ персонализируют контент, ограничивая пользователя информацией, соответствующей его предыдущим интересам и взглядам. Это приводит к снижению разнообразия мнений и формированию замкнутых информационных экосистем [2]. Аналогичные идеи развивает концепция «эхо-камер» [3], указывающая на то, что пользователи склонны взаимодействовать преимущественно с единомышленниками, что усиливает когнитивные искажения и поляризацию общества. С позиции теории сетевого общества цифровые платформы рассматриваются как инфраструктура формирования новых форм общественной коммуникации, где власть перераспределяется через управление информационными потоками [4]. Политическая активность в социальных сетях приобретает децентрализованный и горизонтальный характер, что усиливает роль индивидуальных акторов — блогеров, инфлюенсеров и лидеров мнений. Современные исследования показывают, что для молодежи социальные сети становятся основным каналом политической социализации, а восприятие информации определяется не столько содержанием, сколько способом её подачи и алгоритмическими механизмами рекомендаций [5]. Одним из ключевых механизмов влияния социальных сетей на формирование политической позиции является использование так называемого «цифрового следа» — персонализированной истории взаимодействия пользователя с интернет-пространством, которая позволяет модераторам социальных сетей и различным структурами направлять целенаправленную информацию на определённые группы пользователей, основываясь на их предпочтениях, демографических характеристиках, местах проживания и других факторах [6]. Этот процесс осуществляется через фильтрацию контента, которая зависит от алгоритмов, настроенных таким образом, чтобы пользователи получали в своей ленте новостей информацию, которая совпадает с их политическими предпочтениями. Такие алгоритмы способствуют формированию так называемых «информационных

пузырей», где пользователь продолжает получать информацию, которая подтверждает уже существующие взгляды, и не сталкивается с множеством альтернативных точек зрения. Автоматизация процесса распространения контента, когда информация появляется в ленте пользователей монотонно и повторяется, играет ключевую роль в закреплении этих предпочтений в сознании.

Это имеет глубокие последствия для формирования политических взглядов и настроений, поскольку, как указывается в примере, предоставление преимущественно негативной информации о политическом кандидате может существенно снизить его популярность, а позитивная информация, наоборот, может повысить её. Это подчёркивает значимость не только самого содержания информации, но и её подачи, а также того, как алгоритмы социальных сетей могут влиять на восприятие политических событий и личностей. Такой подход к распространению информации усиливает уже существующие политические предпочтения пользователей, но также рискует создавать закрытые информационные экосистемы, где мнения и идеи пользователей не подвергаются значительному влиянию со стороны иных точек зрения. Это может привести к усилению поляризации общества, когда разные группы начинают воспринимать мир через совершенно разные призмы и не учитывают множественность мнений [7]. Учитывая механизмы социальных сетей и глобальные события, происходящие в мире, как усиление политической поляризации, международные конфликты и активизация общественных движений, возникает вопрос необходимости исследования данной проблематики. Анализ современных механизмов влияния позволит понять о том, как какое влияния цифровой среды на политическую предпочтения молодёжи.

Для сбора эмпирических данных в рамках исследования была разработана анкета, включавшая 16 вопросов: 15 — с закрытой формой ответов и 1 — с открытой. Анкетирование проводилось в онлайн-формате посредством размещения ссылок в студенческих чатах общежитий и учебных групп НГТУ. В исследовании приняли участие 76 респондентов, преимущественно в возрасте от 20 до 23 лет (66%), из которых 60% составили женщины.

На вопрос об интересе к политике 42% ответили, что интересуются время от времени, 22% признались, что редко следят за событиями, и ещё 22% указали, что постоянно интересуются политической повесткой. Эти данные свидетельствуют о том, что значительная часть молодёжи проявляет умеренный интерес к политике, при этом политическая пассивность наблюдается у меньшинства. Отвечая на вопрос о том, как

формировались их политические взгляды, большинство респондентов (76%) указали на «личный опыт и размышления», при этом 70% отметили влияние социальных сетей — в первую очередь ленты новостей, комментариев и обсуждений. 26 респондентов отметили влияние блогеров и инфлюенсеров, а 24 — просмотр видеоконтента на YouTube. Телевизионные передачи и традиционные СМИ оказали значительно меньшее влияние. 54% респондентов сообщили, что в целом осознают свою политическую позицию, 22% — что уверены в ней. Это свидетельствует о том, что для большинства студентов политическая идентичность уже частично или полностью сформирована.

Отвечая на вопрос о том, каким источникам информации они доверяют, 31 респондент выбрал вариант «не доверяю ни одной социальной сети», а 33 участника указали Telegram как наиболее надёжную платформу. Это говорит о высоком уровне критичности студентов по отношению к информации в соцсетях и возможном повышенном доверии к платформам с каналами, которые позиционируются как независимые. Несмотря на критическое восприятие и осознание риска дезинформации, платформа Telegram остаётся основным источником получения политических новостей для большинства респондентов. Наиболее часто респонденты получают информацию из Telegram-каналов (48 ответов), при этом отмечалось как потребление контента от независимых СМИ, так и от государственных. Также 34 участника указали, что читают случайный контент в ленте. Это позволяет предположить, что алгоритмы соцсетей могут продвигать определённую повестку без осознанного выбора со стороны пользователя. На шкале доверия к политической информации в соцсетях (от 1 до 5) большинство выбрали значение 3 — это указывает на средний уровень доверия и осознанное восприятие рисков, связанных с фейковой информацией. Все респонденты признали, что соцсети могут использоваться как инструмент манипуляции политическим сознанием, что говорит о высоком уровне медийной критичности аудитории. На вопрос о типах политического контента в ленте, 41 респондент отметили, что чаще всего это обсуждение законов и действий властей. Радикальные формы повестки, такие как призывы к активным действиям, протестам, митингам или коллективным действиям, встречаются редко (6 ответов). 25 респондентов считают, что контент нейтральный и не содержит призывов. Это свидетельствует о том, что студенческая аудитория чаще сталкивается с информационным, а не мобилизационным политическим контентом. Половина опрошенных (50%) указали, что сталкивались с мнениями, противоречащими их взглядам, ещё 33% — что сталкиваются с таким контентом часто. Однако 49 респондентов отметили, что в ответ

на это они игнорируют такие мнения, остальные 27 респондента читают их более внимательно. Это говорит о частичной изоляции от альтернативных взглядов даже при их наличии в информационном поле. Кроме того, 40% респондентов «скорее согласны» и 24% «полностью согласны» с утверждением, что алгоритмы формируют персонализированную повестку, что подтверждает гипотезу о существовании информационного пузыря. Только 9 респондентов отметили, что делают репосты или лайки политических постов, 67 — что не делают этого вовсе. Это может свидетельствовать о преобладании пассивного потребления политической информации. Последний вопрос для респондентов был необязательным и открытым «Можете назвать 3 человека/канала/СМИ/книги/статьи, которые сильнее всего повлияли на ваши взгляды?». 17 респондентов из 32 ответивших, отметили, что на них повлияли блогеры-инфлюенсеры, преимущественно ведущих свою деятельность в Telegram. Часто встречаемым был ответ «Поздняков», «Лебедев», «Стас Ай Как Просто» и другие. Остальные отметили СМИ такие как «НГС54», «РИА Новости».

Проведённое исследование позволило выявить особенности медиапотребления и политической социализации современной студенческой аудитории в цифровой среде. Полученные данные демонстрируют, что платформа Telegram занимает центральное место в структуре потребления политической информации у молодёжи, выступая основным источником новостного контента. При этом часть респондентов рассматривает Telegram как относительно надёжный канал получения информации, несмотря на осознание рисков, связанных с возможностью распространения фейковых новостей и манипулятивного контента. Участники исследования в целом демонстрируют достаточный уровень медиаграмотности и критического восприятия информации: они осознают вероятность искажений в цифровом пространстве, но при этом продолжают использовать социальные сети в качестве ключевого инструмента для получения политических новостей. Большинство опрошенных соглашались с существованием феномена информационного пузыря, указывая на то, что алгоритмы социальных сетей формируют персонализированную повестку, преимущественно демонстрируя контент, совпадающий с их взглядами. Это свидетельствует о частичной изоляции от альтернативных точек зрения и закреплении уже существующих установок в политическом сознании. Характер взаимодействия студентов с политическим контентом преимущественно пассивный: респонденты в основном выступают потребителями информации, не проявляя значительной активности в виде комментариев, репостов или участия в дискуссиях. Анализ

содержания интересующих тем показывает, что большинство студентов отслеживают нейтральные сюжеты, преимущественно связанные с обсуждением законодательных инициатив и действий властей, что указывает на отсутствие радикальных настроений в их информационном поле. Отдельного внимания заслуживает выявленная роль инфлюенсеров, блогеров и интернет-СМИ, которые выступают важными посредниками между аудиторией и политическим контентом. Через персонализированные формы коммуникации и неформальную подачу информации они оказывают значительное влияние на формирование политической позиции молодёжи, способствуя вовлечению в политические обсуждения и определяя эмоционально-смысловую рамку восприятия общественно значимых событий. Результаты исследования подтверждают, что социальные сети оказывают значимое влияние на формирование политических взглядов студентов, в том числе посредством эффектов алгоритмической фильтрации, персонализированного контента и воздействия лидеров мнений. При этом наблюдается умеренный уровень доверия к цифровым источникам и осознанное дистанцирование от радикальных форм контента, что свидетельствует о росте медиакритичности и постепенном становлении зрелых моделей политического поведения среди молодёжи.

Литература:

1. Бараш Р. Э. Социальные медиа как фактор формирования общественно-политических установок: российский контекст // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 2. – С. 438.
2. Паризер Э. Фильтр для интернета: что интернет скрывает от вас / пер. с англ. М. Якушевой. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
3. Sunstein C. R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. – Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017. – 365 p.
4. Castells M. The Rise of the Network Society. – 2nd ed. – Oxford: Blackwell Publishers, 2000. – 597 p.
5. Boulianne S. Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation // Communication Research. – 2020. – Vol. 47, No. 7. – P. 947–966.
6. Салахутдинов В. Р. Особенности влияния социальных сетей на формирование политических взглядов и настроений россиян // Скиф. – 2023. – № 4. – С. 80.
7. Шевченко М. А., Дроздов Е. И. Влияние социальных сетей на политические ценности российской молодежи // Скиф. – 2018. – № 12. – С. 28.

КАК БЛОГЕРЫ ЗАВОЁВЫВАЮТ ДОВЕРИЕ АУДИТОРИИ: ВИЗУАЛЬНЫЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ ВЛИЯНИЯ

Ю. А. Лёшина, А. А. Торба

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, yulya.lyoshina@mail.ru

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н, доцент

В работе рассматриваются факторы доверия и недоверия к блогерам. Актуальность связана с ростом влияния их контента на ценности и поведение молодежи при общем снижении доверия. Метод полужформализованного интервью со студентами помогает выявить визуальные и поведенческие стратегии восприятия блогеров. Ожидается, что естественная подача, открытое общение и искренние эмоции повышают доверие аудитории. Результаты полезны для медиапроектов, блогинга, маркетинга, рекламы и образовательных программ.

The paper examines the factors of trust and distrust of bloggers. The relevance is related to the growing influence of their content on the values and behavior of young people with a general decrease in trust. The method of semi-formal interviews with students helps to identify visual and behavioral perception strategies of bloggers. It is expected that natural presentation, open communication and sincere emotions increase the audience's trust. The results are useful for media projects, blogging, marketing, advertising, and educational programs.

Актуальность. В современном медиапространстве блогеры становятся ключевыми источниками информации, мнений и ролевых моделей для молодежи. Их контент формирует ценности, а также влияет на образ жизни и потребительские предпочтения аудитории. Однако доверие к блогерам постепенно снижается: пользователи всё чаще замечают коммерческие интересы, постановочные элементы и недостаток искренности. Это порождает конфликт между потребностью пользователей в подлинности контента и растущим недоверием к создателям медиа. Изучение факторов, влияющих на доверие к блогерам, особенно важно для студентов, активно участвующих в цифровом пространстве и чувствительных к изменениям в коммуникационных стратегиях. Понимание визуальных и поведенческих аспектов, которые вызывают ощущение искренности, поможет более точно описать механизмы формирования доверия в социальных сетях и выявить закономерности восприятия контента молодежной аудиторией.

Степень изученности проблемы. В российской литературе наиболее значимой является работа И.М. Богдановской, А.Б. Угловой и Н.Н. Королёвой, где выделяются ключевые компоненты доверия (идентификация с блогером, восприятие компетентности и

доброжелательности) и показывается, что стремление к сходству с видеоблогером является центральным элементом доверия [1]. Также эта тема рассматривалась в работах И.А. Каировой, М.В. Кошман и Н.Н. Тимохиной, где изучалось отношение молодежной аудитории к блогерам, фиксируется сочетание доверия и скепсиса, а также влияние образа блогера на его восприятие аудиторией [2].

В зарубежных исследованиях внимание в основном уделяется связи доверия и аутентичности инфлюенсеров с потребительским поведением, а не специальному качественному разбору визуальных и поведенческих приемов с точки зрения молодежной аудитории. Так, X. Liu и соавторы анализируют «убеждающую силу» инфлюенсеров, показывая, что они повышают воспринимаемую надежность бренда и намерения к покупке, опираясь на модели обработки информации, но не детализируют, какие именно элементы визуального образа и поведения воспринимаются как вызывающие доверие [3]. D. Kim рассматривает роль доверия в сравнении естественных и «искусственных» инфлюенсеров, показывая медирующую роль достоверности источника, но акцент делает на типе инфлюенсера и форматах кампаний, а не на повседневном восприятии конкретных стратегий самопрезентации [4]. S.A. Gohil эмпирически доказывает, что аутентичность инфлюенсера положительно влияет на доверие и намерение покупки у поколения Z, описывая доверие как посредник между аутентичностью и поведением, однако визуальные и поведенческие элементы аутентичности остаются описанными в общих категориях прозрачности, последовательности и личной релевантности [5].

Таким образом, данные работы демонстрируют отдельные аспекты доверия к блогерам, но практически не предлагают развернутого качественного анализа того, как именно молодежь воспринимает визуальные и поведенческие стратегии блогеров как основание для доверия или недоверия.

Работа направлена на формирование концепции исследования, в рамках которого возможно выявление факторов, влияющих на доверие молодежной аудитории к блогерам. Данное исследование может быть проведено среди студентов высших учебных заведений, активно использующих социальные сети.

В рамках исследования рассматриваются ключевые элементы, которые влияют на формирование доверия аудитории к блогеру. Для того чтобы раскрыть проблему мы выделили несколько блоков, которые были изучены в ходе исследования:

1) Анализ визуального образа блогера, включающий особенности внешности, стиль, характер оформления контента, степень его

обработки, использование фильтров, цветовые решения и общая атмосфера визуального ряда. Эти параметры задают первое впечатление и определяют, насколько естественным или искусственным воспринимается контент.

2) Объект анализа – поведение блогера в коммуникации: манера речи, открытость, эмоциональность, готовность демонстрировать уязвимость, реакция на критику и способ взаимодействия с подписчиками. Эти поведенческие стратегии напрямую влияют на ощущение близости и искренности.

3) Особенности контента и формата подачи вербальном уровне – будь то лайфстайл, экспертные темы, развлекательные материалы или рекламные интеграции. Тип контента и то, насколько органично он встроен в коммуникацию, также определяют восприятие блогера и его намерений.

4) Восприятие аудитории, включающее эмоциональную реакцию подписчиков: ощущение искренности, симпатии, доверия либо, наоборот, дистанции и отторжения. Именно субъективное восприятие аудитории позволяет понять, какие визуальные и поведенческие элементы работают на укрепление доверия.

Методология исследования. В качестве потенциального исследовательского подхода рассматривается использование метода полуструктурированного интервью. Подобное исследование может быть проведено среди студентов различных высших учебных заведений (например, 1-4 курсов), представляющих активную аудиторию пользователей социальных сетей. Такой подход позволяет получать как структурированную, так и свободную информацию о восприятии блогеров и механизмах формирования доверия.

Ожидаемые результаты. Использование описанного подхода в перспективе позволит выявить визуальные и поведенческие элементы самопрезентации блогеров, которые могут способствовать росту или снижению доверия аудитории. Потенциальные результаты такого исследования предоставят возможность проверить гипотезу о связи естественности подачи, эмоциональной открытости и степени вовлечённости блогера с уровнем доверия подписчиков. В перспективе подобный анализ может показать, что чрезмерная визуальная обработка, большое количество рекламных интеграций и постановочный характер контента способны снижать ощущение искренности и усиливать дистанцию между блогером и аудиторией.

Также возможно выявление тенденции, согласно которой молодая аудитория чаще доверяет блогерам, чьё поведение и стиль воспринимаются как близкие их собственным ценностям и опыту.

Практическая значимость. Разработка концепции исследования доверия к блогерам может иметь практическую ценность для специалистов медиасферы, маркетинга и блогинга. Перспективные результаты подобного исследования могут применяться при выборе инфлюенсеров, формировании рекламных стратегий, разработке образовательных программ в сфере медиа и коммуникаций, а также могут служить основой для дальнейших научных исследований цифрового доверия.

Литература:

1. Богдановская И. М., Королева Н. Н., Углова А. Б. Психологические факторы доверия к популярным видеоблогерам у современной молодежи // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2021. – Т. 18, № 3. – С. 511–527.
2. Каирова И. А., Кошман М. В., Тимохин Н. Н. Исследование отношения молодежной аудитории к блогерам и контенту в социальных медиа // Инновационная наука. – 2023. – № 5. – С. 94–97.
3. Gohil S.A. The Impact of Influencer Authenticity on Purchase Intentions among Gen Z Consumers // ACR Journal. – 2024. – Vol. 1, № 2. – P. 45–58.
4. Kim D. The mediating role of source credibility and authenticity in the relationship between influencer type and consumer response // Journal of Marketing Communications. – 2024. – Vol. 15, № 3. – P. 112–128.
5. Liu X., Zhang Y., Chen H. The persuasive power of social media influencers in brand endorsement: leveraging parasocial relationships and credibility // Humanities and Social Sciences Communications. – 2023. – Vol. 10, № 1. – Article 897.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТРИКИ ИЗМЕРЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

А. А. Максимова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, annmaksimova@internet.ru

Научный руководитель: Отто З. Н., к.соц.н., доцент

В статье рассмотрены сущность, особенности и элементы понятия социального капитала в историческом аспекте: от идей Д. Юма и А. Токвиля до классических теорий П. Бурдьё, Р. Патнэма, Ф. Фукуямы. Проведена экспликация понятия «виртуальный социальный капитал», и предложена современная модель виртуального социального капитала на основе цифровых трансформаций последнего времени.

The article examines the essence, features, and elements of the term of social capital in a historical context, from the ideas of David Hume and Alexis de Tocqueville to the classical theories of Pierre Bourdieu, Robert Putnam, and Francis Fukuyama. The explication of the concept of "virtual social capital" is carried out, and a modern model of virtual social capital based on recent digital transformations is proposed.

Эволюция концепции социального капитала демонстрирует преемственность в понимании его природы. Истоки концепции прослеживаются в работах мыслителей, которые, не используя сам термин, раскрывали его ключевые элементы. Дэвид Юм в дилемме двух фермеров (1739–1740), потерявших урожай из-за неспособности договориться, показал фундаментальную роль доверия как основы кооперации [1, с. 560]. Позднее Алексис де Токвиль, изучая американское общество, открыл «искусство объединения» (1835–1840) — способность граждан к созданию добровольных ассоциаций, которые через сотрудничество генерируют доверие и укрепляют демократические институты [2, с. 86].

Непосредственно термин «социальный капитал» ввёл в научный оборот американский педагог Лид Ханифан (1916), обозначая им добрую волю, товарищество и социальные связи, объединяющие людей в сообщества [3, с. 135]. Однако теоретическая разработка полноценной концепции принадлежит Пьеру Бурдьё. Он определил социальный капитал как «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью [durable networks] более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – иными словами, с членством в группе» [4, с. 66].

Джеймс Коулман сместил акцент на функциональность социального капитала, представив его как ресурс, присущий самой структуре отношений и облегчающий действия индивидов и организаций. В его интерпретации ключевыми элементами выступают обязательства и ожидания, порождающие кредит доверия; нормы, подкрепленные санкциями; информационные каналы и закрытость социальных сетей, обеспечивающая надежность.

Роберт Патнэм дал следующее определение социального капитала — это «черты социальной организации, такие как сети, нормы и доверие, которые способствуют координации и кооперации для взаимной выгоды» [5, с. 35]. Ключевыми элементами у Патнэма являются социальные сети, нормы взаимности (сбалансированной и обобщенной) и доверие.

Фрэнсис Фукуяма акцентировал культурную основу социального капитала, определив его как «общепринятые нормы и ценности, практикуемые определенной группой людей и позволяющие им

сотрудничать» [6, с. 22]. Основными элементами выступают доверие, нормы взаимности, разделяемые ценности и способность к самоорганизации, поддерживаемые надежностью и избеганием оппортунизма.

Глубокая структурная трансформация общества в условиях становления информационной эпохи обусловила трансформацию классического «социального капитала» в его виртуальную форму. Термин «социальная сеть», ранее использовавшийся как метафора, сегодня обрел буквальное воплощение в цифровых платформах, функциональные возможности которых непосредственно определяют процессы генерации и аккумуляции данного ресурса. В этой связи виртуальный социальный капитал определяется как совокупность интернет-сетей, базирующихся на доверии к компетенции участников, которые позволяют индивидам расширять информационные возможности, зону влияния и ресурсную базу через участие в виртуальных сообществах и декларацию собственных позиций [7, с. 580]. На формирование виртуального социального капитала влияют интенсивность и объём виртуальной коммуникации, её разветвлённость, наличие большого количества контактов в социальных сетях.

Существует необходимость совмещения классических и новых цифровых подходов в понимании социального капитала, что определяет актуальность разработки современной модели виртуального социального капитала. Объектом исследования выступает виртуальный социальный капитал. Новизна результатов состоит в разработке модели виртуального социального капитала, которая систематизирует его ключевые элементы и предлагает конкретные метрики для их эмпирического измерения.

Виртуальный социальный капитал, будучи производным от классических теорий, обладает уникальной структурой, обусловленной цифровой средой. Его ключевые элементы и метрики их измерения можно систематизировать следующим образом:

1. Цифровые сети связей. Это формализованная архитектура социальных взаимодействий, воплощённая в платформах и сервисах (социальные сети, мессенджеры, форумы и т.д.). Данные сети характеризуются масштабируемостью, транслокальностью и гибкостью. В отличие от спонтанных социальных сетей, структура виртуального капитала предзадана алгоритмами платформы, которые определяют потенциальный круг общения (система рекомендаций, группы по интересам).

Ключевые метрики и показатели для измерения:

– размер сети: количество друзей, участников группы и т.д.;

- интенсивность связей: частота взаимных комментариев, лайков, прямых сообщений между участниками;

- центральность ключевых акторов: выявление лидеров мнений через анализ числа упоминаний, репостов, ответов на их сообщения.

2. Цифровое доверие. Уверенность в добросовестности, компетентности и надёжности виртуального контрагента, основанная не на личном контакте, а на цифровых сигналах.

Ключевые метрики и показатели для измерения:

- уровень верификации: наличие официальных отметок или привязанных реальных данных;

- показатели репутации: рейтинги продавцов, отзывы, система кармы на форумах, количество благодарностей;

- индекс надёжности: выполнение данных обещаний в рамках платформы (например, организация мероприятия, объявленного онлайн);

- контент-анализ дискурса: частота использования слов, выражающих уверенность и согласие («доверяю», «проверено»).

3. Нормы виртуальной взаимности. Неформальные правила, регулирующие обмен в цифровой среде. Они включают ожидание ответных действий. Взаимность в виртуальной среде часто является сиюминутной и символической (лайк), но при этом может транслироваться в материальные формы (донаты, взаимная помощь в совместных онлайн-проектах).

Ключевые метрики и показатели для измерения:

- коэффициент взаимности: соотношение входящих и исходящих взаимодействий (например, количество полученных лайков к количеству поставленных);

- скорость обратной связи: среднее время между сообщением и ответом на него в чатах или обсуждениях;

- участие в коллективных действиях: количество участников, совершивших целевое действие (донат, подпись петиции, выход на онлайн-мероприятие после призыва в сети).

- анализ мемов и шаблонов: распространение уникальных символов и риторических конструкций, указывающих на общую идентичность и солидарность.

4. Цифровая идентичность и репутация (символический элемент). Совокупность цифровых следов, создаваемых пользователем (профиль), которая формирует его образ в виртуальном пространстве. Эта идентичность становится основным капиталом для индивида/сообщества, определяющим социальный вес и возможности для мобилизации ресурсов. Если в офлайне репутация формируется в

ограниченных сообществах, то цифровая идентичность глобальна и может быть целенаправленно сконструирована для разных аудиторий.

Ключевые метрики и показатели для измерения:

- цифровой след: объём и частота генерируемого контента;
- социальное доказательство: количество упоминаний, цитирований, использование созданного пользователем контента другими;
- вовлечённость аудитории: классические метрики Engagement Rate (коэффициент вовлечённости, который показывает, насколько активно аудитория взаимодействует с контентом; измеряется через лайки, комментарии, репосты, сохранения, клики по ссылкам и другие реакции).

Область применения результатов включает социологию, политологию, исследования цифровых коммуникаций и медиа. Разработанная модель может быть использована для анализа динамики городских конфликтов и протестной мобилизации в интернете, оценки эффективности онлайн-сообществ и гражданских инициатив и т.д.

Литература:

1. Юм Д. Трактат о человеческой природе. Сочинения: В 2 т. Т. 1. – М.: Мысль, 1996. – 733 с.
2. Токвиль А. Демократия в Америке. – М.: Прогресс, 1992. – 554 с.
3. Hanifan L. J. The Rural School Community Center [Electronic resource] // Annals of the American Academy of Political and Social Science. – Vol. 67. № 1. – 1916. – URL: <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3472311> (accessed: 11.11.2025). – doi: 10.1177/000271621606700118.
4. Бурдье П. Формы капитала [Электронный ресурс] // Экономическая социология: электронный журнал. – Т. 3. № 5. – 2002. – С. 60-74. – URL: https://ecsoc.hse.ru/2002-3-5/annot.html#doc_26593677 (дата обращения 11.11.2025).
5. Putnam R.D., Leonardi R., Nanetti R.Y. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. – Princeton University Press, 1994. – 280 с.
6. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию [пер. с англ.]. – М.: АСТ: Хранитель, 2006. – 730 с.
7. Бушкова-Шиклина Э.В., Кушова И.А. Виртуальный социальный капитал: особенности сетевых и игровых ресурсов в развитии познавательной и учебной активности старшеклассников [Электронный ресурс] // Перспективы науки и образования. – № 1 (55). – 2022. – С. 577–593. – URL: <https://www.regionsar.ru/ru/node/2119> (дата обращения: 11.11.2025). – doi: 10.32744/pse.2022.1.37.

ИССЛЕДОВАНИЕ МИГРАЦИОННЫХ НАСТРОЕНИЙ МОЛОДЁЖИ МАЛЫХ ТЕРРИТОРИЙ: МЕТОДОЛОГИЯ И КЛЮЧЕВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ (НА ПРИМЕРЕ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

И. С. Нагаев, А. В. Жукова

Томский государственный университет систем управления
и радиоэлектроники,

г. Томск, ivan.ogorod@bk.ru

Научный руководитель: Жукова А. В., ст. преп. каф. ИСР

Приведены результаты пилотного исследования миграционных настроений молодёжи малых территорий на примере с. Каргасок Томской области. Анализируется эффективность методологии, направленной на выявление ключевых мотиваторов миграции сельской молодёжи. Проводится анализ полученных результатов и определение основных векторов дальнейшего развития исследования.

The article presents the results of a pilot study of the migration attitudes of young people in small territories, using the village of Kargasok in the Tomsk Oblast as an example. The effectiveness of the methodology aimed at identifying the key motivators of rural youth migration is analyzed. The results are analyzed and the main directions for further development of the study are determined.

Вопрос о повышении привлекательности малых территорий для молодёжи в настоящее время стоит достаточно остро. Возможности трудоустройства, карьерные перспективы, городская среда и инфраструктура, возможности для получения образования, а также социальные связи являются основными факторами миграции сельской молодёжи в города [1]. Выраженный депрессивный социальный контекст миграционных настроений среди молодёжи малых территорий, в частности сельских поселений, является устойчивым трендом, угрожающим социально-экономическому и демографическому балансу регионов России. Особую остроту эта проблема приобретает в удалённых и труднодоступных районах.

На фоне данных процессов растёт востребованность в специалистах по работе с молодёжью и социальной работе, в активизации деятельности государственных ведомств (городских и региональных департаментов по делам молодёжи), некоммерческих организаций (таких как ОМОО «Российский союз сельской молодёжи») и Центров занятости населения (ЦНЗ), что обусловлено широкой политикой взаимодействия с населением в целом и активным содействием в сфере профориентации и трудоустройства сельской молодёжи в частности [2].

При этом решение вопроса сохранения молодёжи «на местах» является более приоритетным, чем адаптация её в городской среде, что подразумевает применение различных подходов и инструментов, одним из которых является поддержка местных сообществ на малых территориях [3], которая способна активно включить молодёжь в жизнь и развитие Малой Родины. Именно отсюда исходит запрос по выявлению ключевых причин миграции молодёжи.

В августе-октябре 2025 г. при содействии ЦНЗ Томской области был проведён опрос молодёжи, проживающей в с. Каргасок Томской области. Целью опроса было выявление миграционных настроений данной социально-демографической группы. Исследование проводилось посредством сервиса «Яндекс Формы», в нём приняли участие 79 человек, возраст которых составил от 15 до 34 лет. Отметим, что опрос являлся пилотным проектом мониторинга миграционных настроений сельской молодёжи Томского региона. Ответы на вопросы анкеты подразумевали оценку факторов, влияющих на решение о переезде в город, по степени важности: семейные факторы, социальные связи, образование, тренд на город, жилищные условия, досуг, трудоустройство, здравоохранение, воинская обязанность и логистика.

В результате удалось выявить, что только 29% опрошенных (23 человека) проживают в селе в настоящий момент и не планируют уезжать, подавляющая же доля респондентов стремится в город – находятся в селе и планируют уезжать (42%, 33 человека) либо уехали и не планируют возвращаться (21%, 17 человек) 63% опрошенных (50 человек). При этом есть небольшая доля тех, кто уехал и планирует возвратиться – так ответило 8% респондентов (6 человек). Ключевыми факторами переезда являются семейные обстоятельства (давление родителей с целью отъезда или необходимость ухода за пожилыми родственниками в городе), образовательная миграция как ключевой драйвер оттока, а также социальная среда и ограниченность круга общения. Трудоустройство и поиск своего профессионального пути влияет на отток молодёжи с малых территорий, однако не входит в число основных его причин.

При этом пилотный проект был всего лишь пробным шагом перед полноценным региональным исследованием. Были выявлены недочёты инструмента исследования и возможные векторы его развития. Вопросы на тему воинской обязанности вызывали недоумение респондентов, что не позволяло им дать развёрнутый ответ. Открытые вопросы также не позволили извлечь достаточно информации, в особенности от возрастной категории молодёжи 15-18 лет. Кроме того, некоторые блоки вопросов были некорректно поняты респондентами. Все указанные недостатки

носят технический характер, что предполагает доработку электронной формы на основе рекомендаций, оставленных опрошенными. Однако даже на текущем этапе данное исследование позволяет выявить ценную информацию и даёт возможность выделить основные векторы работы с молодёжью на малой территории.

Ценность полученной информации обусловлена широкой применимостью государственными ведомствами для формирования более ориентированной под актуальные потребности молодёжи программы по работе с населением. Кроме того, полученные данные позволяют и некоммерческому сектору действовать более целенаправленно на малых территориях. Считаем, что дальнейшее развитие исследования является перспективным и будет полезным в работе специалистов в сфере работы с молодёжью и сельским населением.

Так, разные специалисты видят решение по-разному. Одним из вариантов сокращения миграции является развитие малого и среднего бизнеса [2, 4]. Опираясь на студенческий потенциал томских университетов, можно выделить развитие дистанционного образования и создание филиалов ВУЗов на местах [5]. Тем-более уже имеется подобный опыт в работе в данном векторе, где сейчас обучается более 30.000 студентов [6, 7, 8]. Однако для работы с сельским населением подобный формат требует адаптации под потребности жителей и конкретных инфраструктурных условий, где может не быть стабильного интернет-соединения (особенно это касается северных районов Томской области). В области же формирования положительного, привлекательного для жизни и туризма образа сельских территорий в общественном сознании некоторые организации (в том числе и некоммерческие) прибегают к развитию блогинга и ведению социальных сетей [9], или же реализации специальных проектов, примером которых может служить спецпроект «Расскажи-ка мне дружок, что такое Каргасок» [10].

Таким образом, исследование подтверждает, что проблема оттока молодёжи из российских сёл носит системный характер и угрожает устойчивому развитию малых территорий. Пилотное исследование, проведённое в с. Каргасок Томской области выявило, что ключевыми драйверами миграции являются не столько экономические факторы, сколько социально-семейные обстоятельства и образовательные потребности населения, что, указывает на то, что стратегии удержания молодёжи должны быть комплексными и выходить за рамки простого создания рабочих мест – действенный подход к решению данного вопроса должен сочетать комплекс мер (экономическое,

инфраструктурное развитие, а также социальную поддержку), приводящий как к улучшению качества жизни на малых территориях, так и созданию перспектив для сельской молодёжи. Несмотря на технические недочёты, пилотный проект доказал свою ценность, предоставив органам власти и НКО конкретные векторы для адресной работы. Дальнейшее совершенствование инструментов мониторинга и реализация точечных мер на основе полученных данных являются залогом эффективной государственной и общественной политики по сохранению молодёжи на Малой Родине.

Литература:

1. Ячменникова П. Мал городок, да дорог [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Коммерсантъ» – 2024, – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6523580> (дата обращения: 12.10.2025).
2. Центр занятости населения Томской области: [официальный сайт]. – [Б. м.], 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://czn.tomsk.ru/> (дата обращения: 09.11.2025).
3. Самоорганизация граждан, благотворительность и третий сектор: теории, история и современные тенденции [Текст] / В. Б. Беневоленский, И. Е. Дискин, Н. В. Иванова, И. В. Мерсиянова, А. С. Туманова, М. А. Шабанова, Л. И. Якобсон; под ред. Л. И. Якобсона; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. — 376 с.
4. Коротич М. В. Миграционные процессы – источник формирования населения малых городов // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2012. – №11.
5. Мкртчян Н.В. Миграция молодежи из малых городов России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. – № 1. – С. 225–242.
6. Факультет дистанционного обучения ТУСУР: [официальный сайт]. – Томск, [Б. м.], 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://fdo.tusur.ru> (дата обращения: 11.11.2025).
7. Институт дистанционного образования НИИ ТГУ: [официальный сайт]. – Томск, [Б. м.], 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://ido.tsu.ru/> (дата обращения: 11.11.2025).
8. Институт электронного обучения НИИ ТПУ: [официальный сайт]. – Томск, [Б. м.], 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://eor.lms.tpu.ru/> (дата обращения: 11.11.2025).
9. Стартовал образовательный блок проекта «Агропродакшн» // Молодежьсела.рф [сайт Российского союза сельской молодёжи]. – [Б. г.] [Электронный ресурс]. – URL: <https://молодёжьсела.рф/news/glavnye->

novosti/startoval-obrazovatelnyy-blok-proekta-agroprodakshn/ (дата обращения: 10.11.2025).

10. В Томске презентовали спецпроект «Расскажи-ка мне дружок, что такое Каргасок» [Электронный ресурс] // ГТРК «Томск» – 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tvtomsk.ru/news/104697-v-tomske-prezentovali-specproekt-rasskazhi-ka-mne-druzhok-cto-takoe-kargasok.html> (дата обращения: 12.10.2025).

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ УНИВЕРСИТЕТА КАК РАБОТОДАТЕЛЯ В ПРИВЛЕЧЕНИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В АКАДЕМИЧЕСКУЮ КАРЬЕРУ: НА ПРИМЕРЕ НГТУ

Е. Н. Никитина, А. В. Рулева, П. А. Селиванова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, se.lpo@mail.ru**

Научный руководитель: Малов Е. А., к.соц.н., ст.преп.

Статья анализирует деятельность НГТУ по привлечению молодых преподавателей в академическую среду университета. Проведены интервью с молодыми преподавателями университета, для выяснения факторов выбора места работы. Результаты показали, что ключевую роль играют неформальные каналы привлечения, такие как прямые предложения от заведующих кафедрами, а также гибкий график и статус вуза. Выявлены проблемы с прозрачностью условий труда и карьерного роста, и на основе этого разработаны рекомендации по улучшению HR-политики.

The article analyzes NSTU's activities aimed to attracting young lecturers to the university's academic environment. Interviews were conducted with young university lecturers to find out which factors influence their choice of workplace. The results showed that informal recruitment channels, such as direct offers from department heads, as well as flexible schedules and the university's status have a key role. Developed recommendations for improving HR policy based on identified problems with transparency of employment conditions and career advancement.

Актуальность данного исследования определяется глубоким кадровым кризисом в системе высшего образования России, который напрямую угрожает достижению национальных стратегических целей. Ситуация характеризуется резким возрастным дисбалансом: почти половину преподавательского состава (48–49%) составляют люди старше 50 лет [1], в то время как доля молодых специалистов до 30 лет сократилась до исторического минимума в 5% [3]. Одновременно рынок труда испытывает острую нехватку кадров — в 2024 году число академических вакансий на 29% превысило количество соискателей.

Усугубляет проблему и «утечка умов», достигшая, по оценкам РАН, 23% в ведущих столичных вузах [5].

Эта системная проблема вступает в прямое противоречие с задачей России войти в топ-10 стран по качеству образования и объёму научных исследований к 2030 году [3]. Российские вузы, включая НГТУ как один из ведущих технических вузов Сибири, сталкиваются с жёсткой конкуренцией за молодые таланты и зачастую не могут предложить им условия, сравнимые с возможностями в бизнесе или за рубежом. Ключевой задачей становится определение факторов, которые повышают привлекательность вуза как работодателя для молодых специалистов, и разработка мер по адаптации кадровой политики для преодоления текущего кризиса [2].

Предмет исследования – факторы, влияющие на привлекательность НГТУ как работодателя для молодых специалистов в академической карьере.

Цель исследования – выявить конкретные элементы кадровой политики и практик НГТУ, которые способствуют формированию его привлекательности как работодателя для молодых преподавателей

Гипотеза - выбор НГТУ в качестве места работы обусловлен целенаправленной деятельностью вуза по привлечению молодых специалистов.

Задачи исследования:

- 1) Выявить наличие HR-практик и определить условия работы в НГТУ, ориентированных на молодых специалистов;
- 2) Изучить ключевые факторы, влияющие на привлекательность университета для молодых академических кадров.
- 3) Проанализировать какие из реализуемых университетом мер, молодые преподаватели считают наиболее значимыми для своего профессионального выбора и развития.

Практическая часть работы основана на качественном методе – интервью с молодыми преподавателями НГТУ для понимания субъективных факторов привлекательности вуза, ожиданий, восприятия HR-практик.

Эмпирический объект исследования – молодые преподаватели НГТУ до 35 лет, со стажем работы менее пяти лет. Данная категория сотрудников находится на начальном этапе академической карьеры и формирует ключевые ожидания и требования к работодателю. *Выборка* формировалась методом целенаправленного отбора для обеспечения репрезентативности по различным факультетам и научным дисциплинам. На основе анализа эмпирических данных, полученных в ходе интервью с молодыми преподавателями НГТУ, были выявлены

такие ключевые факторы как условия труда, возможности карьерного и научного роста, доступ к ресурсам для исследований, поддержка со стороны администрации, организационная культура и социальные гарантии. Эти факторы определяют привлекательность вуза как работодателя на старте академической карьеры.

Результаты позволяют сделать вывод о частичном подтверждении гипотезы исследования. Действительно, выбор в пользу трудоустройства в НГТУ в значительной степени детерминирован целенаправленной деятельностью по привлечению молодых кадров: на вопрос «Университет сам проявил инициативу или вы сами активно искали возможность здесь работать?» респонденты отвечали, что инициатива была со стороны преподавателей, кафедры – «Инициативу проявил заведующий кафедрой ИиП.» (Р.1); «Университет проявил инициативу... потом мне предложили помочь с проведением занятий аудиторных, и вот так я осталась.» (Р.2); «Мне написал инженер кафедры, что у них есть вакансия, я ее с радостью рассмотрела... И, собственно, начала работать в университете НГТУ.» (Р.3).

Однако критически важной спецификой является то, что эта деятельность носит децентрализованный и неформальный характер, реализуясь преимущественно на микроуровне – через персональные инициативы руководителей кафедр и отдельных представителей ППС. Доминирующим каналом рекрутинга выступают неформальные сети и прямые приглашения. Это свидетельствует о высокой эффективности «сарафанного радио» и доверительных отношений внутри сообщества ППС, но одновременно указывает на слабость HR-бренда и корпоративных программ привлечения талантов. В структуре факторов привлекательности на первый план выходят базовые практические условия. К ним респонденты относят статус и престиж НГТУ как ведущего технического вуза («...я понимаю прекрасно, что наш вуз ценится...» (Р.2); «Заинтересовала сама возможность работать в известном вузе.» (Р.4)), транспортную доступность и возможность работы с мотивированной аудиторией студентов – «Меня привлекла возможность не просто учить язык самой, но и находить индивидуальный подход к каждому ученику, видеть их прогресс и делиться своими знаниями» (Р.6). Важным является гибкость графика, позволяющая совмещать педагогическую нагрузку с иной деятельностью. Результаты исследования демонстрируют, что НГТУ осуществляет прямые инвестиции в человеческий капитал молодых специалистов: «Я бы им мог посоветовать обратить внимание на то, что в частности у меня НГТУ оплачивает учебу в аспирантуре, а это достаточно круглая сумма. Я думаю, это будет очень весомый аргумент» (Р.8).

В то же время, ключевой элемент кадровой политики – эффективный контракт – не выполняет свою мотивационную и коммуникативную функцию на этапе онбординга. Результаты проведенных интервью указывают на системный дефицит прозрачности: большинству респондентов суть и условия эффективного контракта на старте карьеры не были разъяснены в полном объеме. Аналогичная ситуация наблюдается с карьерными траекториями: конкретные критерии и механизмы роста остаются для молодых сотрудников размытыми. К числу ключевых дефицитов, снижающих привлекательность как работодателя НГТУ, респонденты единодушно относят низкий уровень стартовой заработной платы, высокую бюрократическую нагрузку («невидимую работу») и неудовлетворительное материально-техническое состояние части аудиторного фонда. Значимым результатом стало выявление существенной дифференциации организационной культуры на уровне кафедр. На кафедрах гуманитарного профиля формируется благоприятный социально-психологический климат, практикуется неформальное наставничество. У технических кафедр отмечается дефицит поддержки, слабая интеграция в коллектив и отсутствие выраженной заинтересованности в карьерном развитии молодого преподавателя.

Таким образом, привлекательность НГТУ для молодых специалистов носит амбивалентный характер. С одной стороны, она обеспечивается неформальной поддержкой и статусом вуза. С другой – ограничивается непрозрачностью формальных условий, высокой административной нагрузкой и отсутствием единой системы развития персонала. Рекомендации респондентов по усилению HR-бренда логично вытекают из выявленных проблем и включают институционализацию наставничества, активную работу по привлечению студентов старших курсов и повышение прозрачности коммуникации на всех этапах трудовых отношений.

Литература:

1. Высшее и дополнительное профессиональное образование (Минобрнауки России) / [Электронный ресурс] // Росстат: [сайт]. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/> (дата обращения: 12.11.2025).
2. Заработная плата российских преподавателей и ученых: дифференциация, структура и составляющие эффективного контракта: информационный бюллетень / Рудаков В. Н.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2023. – 36 с.
3. Программа «Приоритет-2030» [Электронный ресурс] // Министерство науки и высшего образования РФ: [сайт]. – URL:

<https://minobrnauki.gov.ru/action/priority2030/> (дата обращения: 12.11.2025).

4. Пугач В. Ф. Ещё раз о возрасте преподавателей в российских вузах: старые проблемы и новые тенденции [текст] / пугач в. Ф. // Высшее образование в России. – 2023. – № 3. – С. 118-132.

5. Число уезжающих из России ученых выросло в пять раз с 2012 года / [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: [сайт]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4782133> (дата обращения: 12.11.2025).

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА СОЦИАЛЬНЫЙ ОПТИМИЗМ СТУДЕНТОВ

А. И. Николаев

Новосибирский государственный университет

Экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, nikolaev.andrey.045@gmail.com

Научный руководитель: Сухорукова Н. Г., к.соц.н., доцент

В статье анализируется влияние технологических и экономических факторов на социальный оптимизм студентов. Эмпирические данные демонстрируют, что макроэкономические риски оказывают более значимое воздействие на формирование уверенности в будущем, чем опасения, связанные с развитием искусственного интеллекта.

The article analyzes the impact of technological and economic factors on students' social optimism. Empirical data demonstrates that macroeconomic risks have a more significant impact on shaping confidence in the future than concerns related to the development of artificial intelligence.

В контексте социально-экономической нестабильности и стремительных технологических изменений изучение социального оптимизма студенческой молодежи приобретает особую значимость. Для студентов, находящихся на этапе профессионального становления, данный феномен является не только индикатором адаптационного потенциала, но и фактором, определяющим жизненные и карьерные стратегии [2]. Сложность и многогранность социального оптимизма обуславливают его изучение в рамках междисциплинарного подхода, интегрирующего позиции социологии, психологии и экономики [4].

Теоретической основой исследования послужили концепции, рассматривающие социальный оптимизм как сложное, многомерное явление. А. Л. Темницкий трактует его как веру людей в прогрессивное развитие общества, создающее благоприятные условия для реализации

их планов, и подчеркивает положительную, но не абсолютную связь между экономическими ожиданиями и верой в общественный прогресс [6]. Л. П. Галич разработала модель, рассматривающую социальный оптимизм молодежи как динамическое явление, формирующееся под влиянием как личностных установок, так и внешних социальных факторов [1]. В психологическом ключе Т. А. Нестик акцентирует внимание на коллективной самооэффективности и роли доверия к институтам, отмечая, что в кризисных условиях люди могут опираться не столько на рациональные оценки, сколько на психологические ресурсы [5].

Особую актуальность приобретает изучение не только традиционных экономических детерминант социального оптимизма, но и новых вызовов, связанных с глобальной технологической трансформацией. Так, в исследовании В. К. Левашова и О. В. Гребняк фиксируются растущие опасения молодежи, связанные с развитием искусственного интеллекта и его влиянием на рынок труда, что становится значимым фактором социальных настроений [3]. Студенческая молодежь, находящаяся на этапе профессионального становления, особенно чувствительна к этим изменениям. Технологический прогресс, с одной стороны, открывает новые возможности для самореализации, а с другой – порождает опасения, связанные с профессиональной заменой и необходимостью постоянного обновления знаний. Эти субъективные технологические риски могут оказывать значительное влияние на уровень социального оптимизма, формируя у студентов чувство уязвимости.

В то же время экономические показатели, такие как инфляция и безработица, продолжают оставаться важными факторами, определяющими социальное самочувствие молодежи. При этом их влияние может быть опосредовано восприятием технологических вызовов. Например, опасения по поводу автоматизации способны усиливать тревогу относительно будущей занятости даже при формальной востребованности специальности.

Актуальным является социологическое исследование, целью которого является сравнительный анализ влияния на социальный оптимизм студентов восприятия технологических рисков и экономических угроз. Гипотеза исследования состоит в том, что среди факторов, снижающих уверенность студентов вузов в будущем, наибольшее влияние оказывают именно технологические риски, а не традиционные экономические угрозы.

За основу исследования было взято понятие «социальный оптимизм», его операционализация позволила разработать анкету для опроса

студентов разных курсов. Было опрошено 152 студента НГУЭУ (1 курс – 26%, 2 курс – 21%, 3 курс – 32%, 4 курс – 20%).

В ходе исследования был использован ряд оценочных суждений, фиксирующих конкретные аспекты социального оптимизма, отраженные в сознании респондентов. Для выявления латентных структур, определяющих уверенность студентов в будущем, был проведен факторный анализ по методу главных компонент с вращением VARIMAX и нормализацией Кайзера.

По результатам расчетов можно сделать вывод о том, что выборка обладает высокой адекватностью (величина критерия КМО больше 0,8) и данные приемлемы для проведения факторного анализа (значение уровня критерия многомерной нормальности меньше 0,05).

В результате было выделено три устойчивых фактора, которые в совокупности объясняют 57% общей дисперсии, что свидетельствует об удовлетворительной объяснительной силе модели. Интерпретация факторов проведена на основе анализа матрицы повернутых компонент.

Первый фактор, условно названный «социально-экономическая уверенность», объединил представления о финансовой стабильности, профессиональной востребованности и способности создавать семью. В него с высокими нагрузками вошли такие показатели, как «я уверен(а), что буду зарабатывать достаточно для комфортной жизни» (0,811), «я смогу обеспечить семью без помощи родителей» (0,806) и «мой будущий доход позволит дать детям хорошее образование» (факторная нагрузка равна 0,754). Этот фактор отражает внутренний локус контроля и веру в собственные силы.

Статистически значимая связь обнаружена между данным фактором и курсом обучения респондентов (χ^2 , $p=0,024$), что свидетельствует о росте уверенности к старшим курсам.

Второй фактор, получивший название «макроэкономическая тревожность», сконцентрировал опасения, связанные с влиянием неблагоприятных экономических условий на жизненные планы. Наибольший вклад в него внесли утверждения: «инфляция разрушает мои долгосрочные финансовые планы» (факторная нагрузка 0,839), «нестабильность экономики заставляет меня откладывать планы о браке/детях» (0,778) и «экономическая ситуация мешает мне планировать крупные покупки» (факторная нагрузка равна 0,768). Данный фактор демонстрирует восприятие внешних, не подконтрольных студенту ограничений.

Обнаружена устойчивая связь между уровнем тревожности и курсом обучения (χ^2 , $p=0,028$). Следовательно, по мере приближения к необходимости включения в экономическую сферу, студенты начинают

более реалистично оценивать влияние внешних экономических факторов на свои жизненные перспективы. Женская часть выборки демонстрирует более высокую чувствительность к макроэкономическим факторам при планировании будущего (χ^2 , $p=0,039$). Это проявляется в более выраженной тревоге относительно долгосрочных финансовых перспектив, планов создания семьи и профессиональной реализации. Мужчины же, согласно данным таблицы сопряженности, демонстрируют меньшую зависимость их от внешних экономических условий.

Третий фактор был интерпретирован как «восприятие технологических рисков». Он концентрируется на страхах, связанных с технологическим развитием и искусственным интеллектом (ИИ), и отражает профессиональную уязвимость, обусловленную технологическими изменениями. В данный фактор вошли все показатели, связанные с опасениями относительно влияния ИИ на рынок труда и профессиональную самореализацию.

Проведенный анализ выявил пограничный уровень статистической значимости связи между восприятием технологических рисков и курсом обучения (χ^2 , $p=0,058$). Хотя формально это значение не достигает общепринятого порога значимости ($p<0,05$), снижение технологической тревожности по мере перехода студентов на старшие курсы, может объясняться накоплением профессиональных знаний и практического опыта, которые снижают ощущение угрозы со стороны новых технологий.

Для проверки гипотезы о влиянии выделенных латентных факторов на социальный оптимизм был применен метод множественной линейной регрессии. Регрессионная модель оказалась статистически значимой ($p=0,002$), что указывает на то, что совокупное влияние предикторов отличается от нуля. Однако коэффициент детерминации ($R^2=0,093$) показал, что включенные в модель факторы объясняют лишь 9,3% дисперсии зависимой переменной.

Анализ стандартизированных бета-коэффициентов выявил, что статистически значимое влияние на зависимую переменную оказывает только фактор «макроэкономическая тревожность» ($\beta=-0,304$, $p < 0,001$). Отрицательное значение коэффициента β для данного фактора свидетельствует о том, что чем выше значения по этому фактору, тем ниже уровень социального оптимизма. Фактор «восприятие технологических рисков» ($\beta=0,014$, $p=0,863$) не продемонстрировал значимого влияния.

Таким образом, результаты регрессионного анализа частично не подтверждают исходную гипотезу. Несмотря на статистическую значимость модели в целом, ее крайне низкая объяснительная

способность указывает на то, что выделенные латентные факторы, за исключением фактора «макроэкономическая тревожность», не являются ключевыми детерминантами социального оптимизма в данной выборке.

Полученные результаты демонстрируют, что 90,7% дисперсии социального оптимизма объясняется причинами, не учтенными в нашей модели. Это свидетельствует о сложной, многогранной природе изучаемого феномена и указывает на необходимость расширения количества факторов социального оптимизма студентов, причем, не только внешних, но и личностных.

Литература:

1. Галич Л.П. Концептуальная модель социального оптимизма молодежи как объекта социологического анализа // Вести БДПУ. Серия 2. – 2023. – Т. 2. – №. 3. – С. 68-72.
2. Дидковская Я.В., Трынов Д.В., Чистяков П.А. Профессиональные стратегии студентов в контексте образа социального будущего // Социологические исследования. – 2023. – Т. 9. – С. 63-77.
3. Левашов В.К., Гребняк О В. Россияне о вызовах искусственного интеллекта, нейронных сетей и социальном оптимизме // Социологические исследования. – 2023. – Т. 11. – №. 11. – С. 115-120.
4. Левашов В.К., Сащенко Н.П., Лиханова Т.Ю. Ресурсный потенциал социального оптимизма в современной России // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2024. – Т. 20. – №. 2. – С. 144-166.
5. Нестик Т.А. Образ будущего, социальный оптимизм и долгосрочная ориентация россиян: социально-психологический анализ // Социодиггер. – 2021. – Т. 2. – №. 9 (14). – С. 6-48.
6. Темницкий А.Л. Социокультурные факторы оптимизма современной молодежи России // Социологическая наука и социальная практика. – 2016. – Т. 4. – №. 4 (16). – С. 19-35.

СОЦИАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

А. А. Омарова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, gelya.omarova@inbox.ru

Научный руководитель: Малов Е. А., к.соц.н., ст.преп.

В статье рассматривается актуальная проблема социального здоровья студенческой молодежи. Представлены результаты как теоретического, так и эмпирического исследования. Раскрывается сущность и структура данного

многокомпонентного феномена, анализируются ключевые факторы, оказывающие на него влияние. Разработаны практические рекомендации для вузов по созданию благоприятной среды, способствующей укреплению социального здоровья студентов.

The article addresses the current problem of the social health of student youth. It presents the results of both theoretical and empirical research. The essence and structure of this multi-component phenomenon are revealed, and the key factors influencing it are analyzed. Practical recommendations have been developed for universities to create a favorable environment that contributes to the strengthening of students' social health.

Социальное здоровье современной студенческой молодежи представляет собой стратегически важный ресурс для развития общества, напрямую влияющий на качество будущих специалистов и граждан. Социальное здоровье — это многоаспектное понятие, охватывающее не только физическое и психологическое состояние, но и уровень интеграции индивида в общественные процессы. Этот термин начал активно использоваться в середине XX века в контексте социальных наук, где он обозначает способность индивида взаимодействовать с окружающей средой и обществом. Важно отметить, что социальное здоровье не является изолированным состоянием; оно тесно связано с такими понятиями, как социальная дезадаптация и общее благополучие. Содержание социального здоровья включает в себя ряд характеристик, среди которых главными являются наличие устойчивых социальных связей, эмоциональная поддержка, способность к саморегуляции и адаптации к изменениям в окружающей действительности [1].

Структура социального здоровья студентов составляется из нескольких ключевых компонентов, таких как личностные характеристики, уровень социальной активности, наличие жизнестойкости и развития коммуникативных навыков. Личностные характеристики включают в себя такие факторы, как самооценка, уверенность в себе и уровень социальной ответственности. Уровень социальной активности, в свою очередь, определяется участием молодых людей в различных социальных, культурных, волонтерских и образовательных инициативах. Эти аспекты формируют целостный взгляд на индивида как активного участника социального процесса [2].

Социальное здоровье студентов формируется под влиянием комплекса взаимосвязанных факторов, ключевыми из которых являются уровень социальной интеграции и условия учебно-социальной среды.

Социальная интеграция выступает фундаментальным условием. Активное взаимодействие со сверстниками способствует формированию прочных межличностных отношений, которые являются источником

эмоциональной и психологической поддержки. Это создает чувство принадлежности, укрепляет уверенность в себе и повышает устойчивость к стрессам учебной нагрузки и неопределенности будущего. Социальные сети функционируют как защитный буфер против депрессии и тревожности, способствуя эмоциональному благополучию и психологической устойчивости [3].

Условия учебной и социальной среды в вузе непосредственно детерминируют процесс социальной адаптации. Благоприятная среда, включающая хорошо организованный образовательный процесс и поддержку со стороны преподавателей, формирует у студентов ощущение безопасности и снижает уровень стресса. Напротив, неблагоприятные условия (плохо организованное пространство, отсутствие вовлеченности преподавателей) способствуют социальной изоляции и развитию деструктивных практик, таких как кибербуллинг, что негативно сказывается на индивидуальном и коллективном социальном здоровье [4].

В изучении этой темы значительный вклад внесли отечественные исследователи. Байкова акцентирует внимание на гуманизации образовательной среды и развитии социальных навыков с учетом индивидуальных особенностей студентов [5]. Самыгин анализирует влияние глобализации, подчеркивая, что социальное здоровье формируется под воздействием общественных условий и таких элементов, как социальная идентичность [6]. Зобов рассматривает социальное здоровье как результат социализации, зависящий от взаимодействия личности с такими институтами, как семья и образование, а также от участия в социально значимой деятельности [7]. Таким образом, социальное здоровье студентов является комплексным показателем, связывающим личное благополучие с успешной интеграцией в общество, и его укрепление требует учета как индивидуальных, так и средовых факторов.

С целью уточнения текущего состояния социального здоровья студентов было проведено социологическое исследование. Гипотеза-основание исследования: социальное здоровье студенческой молодежи определяется комплексом факторов, включая уровень стресса, качество социальных связей, академическую нагрузку и участие в социальной жизни университета. Были выдвинуты следующие гипотезы-следствия: главные причины стресса студенческой молодежи связаны с учебой; студенты с высоким уровнем академической успеваемости в большей степени испытывают чувство одиночества; отмечается недостаток социальной поддержки, что негативно сказывается на социальном здоровье студенческой молодежи. Эмпирической базой послужили

данные анкетного опроса, проведенного в 2025 году среди студентов 1-4 курсов бакалавриата и магистратуры НГТУ. Выборочная совокупность составила 143 человека, сформированная методом доступного случая. Гендерный состав респондентов: 56,6% женщин и 43,4% мужчин.

Анализ академической успеваемости показал, что большинство студентов оценивают ее позитивно: «хорошо» – 51%, «отлично» – 17,5%. Однако высокие академические ожидания и нагрузка трансформируются в значительный уровень стресса. Только 6,3% респондентов указали на отсутствие стресса. Регулярное напряжение испытывают 42% опрошенных, а сильный или критический стресс, мешающий повседневной жизни, – 26,6%. Подтвердилась гипотеза о том, что главные причины стресса связаны с учебой: дедлайны (70,6%), приближающаяся сессия (62,2%) и прокрастинация (50,3%).

Социальная активность в университете оказалась на невысоком уровне. Активно участвуют в социальной жизни лишь 17,5% студентов, тогда как 32,2% не участвуют вовсе, а 20,3% предпочитают концентрироваться на учебе. При этом 40,6% респондентов не участвуют ни в каких студенческих объединениях, что может быть связано с трудностями адаптации, особенно среди первокурсников.

Что касается межличностных отношений, то 90,2% студентов оценили отношения с одногруппниками как «очень хорошие» (35,7%) или «нормальные» (54,5%). Однако это не всегда коррелирует с глубоким чувством общности. Почти треть опрошенных (29,4%) не испытывают чувства принадлежности к университетскому сообществу, и еще 29,4% затруднились с ответом, что свидетельствует о размытости коллективной идентичности.

Большинство студентов (60,1%) имеют 1-3 близких друга, но 8,4% не имеют друзей вообще. Чувство одиночества иногда или часто испытывают 60,9% респондентов. Гипотеза о связи высокой успеваемости и одиночества не подтвердилась: среди успевающих студентов большинство либо не испытывают одиночества, либо сталкиваются с ним редко.

Восприятие социальной поддержки оказалось противоречивым. Хотя 47,6% студентов заявили, что получают поддержку, а 73,4% указали на наличие эмоциональной поддержки, 28,7% чувствуют ее недостаток, а 4,9% не получают вовсе. При этом 52,4% респондентов считают, что не нуждаются в поддержке, что может указывать как на самостоятельность, так и на недооценку ее важности. Таким образом, гипотеза о недостатке социальной поддержки подтвердилась частично, выявив проблему не столько в отсутствии поддержки, сколько в ее недостаточном качестве или осознании ее необходимости.

На основе полученных результатов предложен комплекс рекомендаций для администрации НГТУ и других вузов:

1. Развитие системы адаптации. Внедрение комплексной программы адаптации для первокурсников с системой, направленной на мягкое вхождение в академическую и социальную жизнь университета.

2. Расширение психологической поддержки. Организация доступной и широко анонсируемой психологической службы, проведение регулярных тренингов по тайм-менеджменту, стресс-менеджменту и развитию коммуникативных навыков.

3. Стимулирование социальной активности. Активное продвижение существующих студенческих клубов, волонтерских движений и секций.

4. Создание среды для неформального общения. Организация зон отдыха и коворкингов в вузе, способствующих спонтанному взаимодействию и формированию сообществ.

5. Укрепление групповой идентичности. Регулярное проведение межфакультетских мероприятий для формирования общеуниверситетского духа и чувства принадлежности.

6. Регулярный мониторинг. Проведение ежегодных мониторингов социального самочувствия студентов для оперативного выявления проблем и оценки эффективности реализуемых мер.

Проведенное исследование подтвердило комплексный характер социального здоровья студенческой молодежи и его зависимость от множества взаимосвязанных факторов. Эмпирические данные выявили парадокс: при внешне благополучных показателях академической успеваемости и удовлетворительных отношениях в группах, значительная часть студентов испытывает высокий уровень учебного стресса, не чувствует глубокой связи с университетским сообществом и сталкивается с дефицитом социальной поддержки. Это подчеркивает необходимость работы вузов по созданию поддерживающей социальной среды. Предложенные рекомендации направлены на личностное развитие, формирование устойчивых социальных связей и укрепление психологического благополучия студентов. Дальнейшие исследования могут быть сфокусированы на долгосрочном отслеживании динамики социального здоровья под влиянием внедряемых мероприятий и сравнительном анализе ситуации в вузах разного профиля.

Литература:

1. Байкова Л.А. Психология здоровья: социальное здоровье детей и молодежи: учебное пособие для вузов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2024. – 216 с.

2. Гатило В.Л., Брейкина О.А., Ильин А.В. Социальное здоровье студенческой молодежи: результаты научного исследования среди студентов вузов Белгородской и Воронежской областей // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 72–80. [Электронный ресурс]. - URL: <https://science-education.ru/article/view?id=8916> (дата обращения: 29.11.2025).

3. Лига М.Б., Цикалюк Е.В. Социальное здоровье студенческой молодежи: механизм формирования // Гуманизация образования. – 2014. – № 5. – С. 46–55.

4. Гатило В.Л., Городова Т.В. Социальное здоровье студенческой молодежи: подходы к определению // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 88–94. [Электронный ресурс]. - URL: <https://science-education.ru/article/view?id=17259> (дата обращения: 29.11.2025).

5. Байкова Л.А. Исследование социального здоровья детей и учащейся молодежи: теоретико-методологические основы // Педагогическое образование и наука. – 2006. – №3. – С. 59–63.

6. Самыгин С.И., Гафиатулина Н.Х., Любецкий Н.П. Социальное здоровье российской молодежи в эпоху глобализации / под ред.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАЦИИ ЧЕЛОВЕКА С ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ

Р. А. Острейко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, info@ciu.nstu.ru**

Научный руководитель: Игнатьев В. И., д.ф.н., профессор

Расширение применения искусственного интеллекта (ИИ) в цифровых коммуникациях приводит к появлению новых этических рисков, связанных с доверием к алгоритмическим системам, интерпретацией сообщений и восприятием цифровых собеседников. Активное внедрение чат-ботов и генеративных моделей усиливает влияние ИИ на процессы межличностного и массового общения, формируя новые нормы взаимодействия. Особое значение приобретают проблемы антропоморфизации, смещения ответственности и различий между технической корректностью и социально приемлемым поведением ИИ. В работе обобщены ключевые направления этических вызовов и обозначены эффекты, возникающие в коммуникации человека с ИИ в современных цифровых средах.

The growing use of artificial intelligence in digital communication environments introduces new ethical risks related to trust in algorithmic systems, interpretation of messages, and the perception of AI-driven interlocutors. The rapid spread of chatbots

and generative models increases the influence of AI on interpersonal and mass communication, contributing to the formation of new norms and expectations. Issues of anthropomorphization, shifts in responsibility, and the gap between technically correct and socially acceptable behavior become increasingly significant. This paper outlines the key ethical challenges emerging in human–AI communication and highlights the effects produced by algorithmic systems within contemporary digital interactions.

Стремительное распространение систем ИИ в сферах общения, консультирования и поиска информации приводит к тому, что он становится полноправным участником коммуникационного процесса. Это меняет традиционные представления о роли собеседника и вызывает новые этические вопросы, связанные с восприятием ИИ, границами его ответственности и характером взаимодействия в цифровой среде [1].

Одним из ключевых направлений исследований становится проблема доверия к ИИ в ситуациях, где пользователи принимают решения, опираясь на рекомендации алгоритмов. Экспериментальные данные показывают, что в ряде контекстов уровень доверия к ИИ может быть сопоставим с доверием к человеку, что говорит о формировании у аудитории специфических ожиданий относительно компетентности и беспристрастности цифровых систем [2]. Однако такая форма доверия зачастую основана не на понимании принципов работы алгоритмов, а на иллюзии их «рациональности» и стабильности.

Другой важный аспект — антропоморфизация ИИ, проявляющаяся в том, что пользователи нередко приписывают системам качества, свойственные человеку: намерения, моральные мотивы и эмоциональную отзывчивость. Подобная тенденция искажает восприятие границ возможностей ИИ и влияет на интерпретацию коммуникации. Исследования показывают, что такие ожидания формируются даже при отсутствии реальных признаков личности у алгоритмических систем [3]. Это приводит к тому, что коммуникативные нормы, изначально предназначенные для межличностного общения, начинают переноситься на взаимодействие с ИИ.

Дополнительные этические риски связаны с тем, что алгоритмические системы функционируют в рамках заранее заданных разработчиками ограничений. Внутренние правила, которые определяют реакцию ИИ на сообщение, не являются аналогом человеческой морали и могут вступать в противоречие с ожиданиями пользователя. В ряде случаев это приводит к восприятию поведения ИИ как некорректного или даже «неэтичного», хотя такие эффекты обусловлены особенностями программного контура, а не намерениями системы [4].

Прикладные исследования, посвящённые этическим ситуациям использования ИИ в консультировании, модерации контента и цифровой

поддержке, указывают на то, что значительная часть этических конфликтов возникает вследствие неверного определения пользователями коммуникативной роли ИИ. Человек нередко рассматривает систему не как инструмент, а как участника общения, способного формировать моральную оценку происходящего, что создает риск ошибочной интерпретации сообщений и рекомендаций [5].

Важную роль в формировании этических представлений о коммуникации с ИИ играет также степень прозрачности алгоритмов. Недостаточное понимание пользователями принципов функционирования систем, механизмов генерации ответов и особенностей обработки данных усиливает риск ошибочного приписывания ИИ моральной агентности. Это приводит к возникновению ситуаций, в которых человек ожидает объяснений или моральной ответственности от системы, не обладающей подобными свойствами [3]. Отсутствие прозрачности взаимодействия снижает способность пользователя критически оценивать рекомендации, фактически нарушая баланс между компетентностью ИИ и автономностью человека.

Кроме того, наблюдается тенденция расширения областей применения ИИ, в которых коммуникация приобретает социально чувствительный характер: психологическая поддержка, консультации по сложным жизненным ситуациям, оценка эмоционального состояния пользователей. В таких сценариях этические риски возрастают, поскольку ИИ начинает выполнять функции, ранее присущие исключительно людям. Исследования прикладных кейсов показывают, что даже при корректной технической работе системы возможны коммуникативные эффекты, которые человек интерпретирует как эмоциональную оценку, одобрение или критику [5]. Это усиливает необходимость разработки норм, регулирующих использование ИИ в сферах, где последствия коммуникации могут затрагивать психологическое и социальное благополучие пользователя.

Важно отметить, что современные исследования, несмотря на значительный прогресс, зачастую рассматривают взаимодействие «человек—ИИ» преимущественно с точки зрения технической корректности и функциональности систем. Однако анализ социальных коммуникаций показывает, что этические проблемы возникают, прежде всего, в ситуациях несоответствия между алгоритмическими моделями ответа и социальными ожиданиями пользователя. Именно это несоответствие — а не технические сбои — является центральным источником недопонимания и моральных конфликтов в процессе общения с ИИ [4].

Таким образом, этические проблемы коммуникации «человек—ИИ» обусловлены сочетанием нескольких факторов: чрезмерного доверия к алгоритмам, антропоморфизации цифровых систем, отсутствия прозрачности в работе ИИ и сближения коммуникативных ролей человека и машины. В этой связи необходима разработка социологических критериев оценки этичности коммуникации, учитывающих особенности цифровой среды и специфику восприятия технологий пользователями. Проведение подобных исследований позволит более точно определить границы ответственности ИИ, и минимизировать риски, связанные с его использованием в социально значимых коммуникациях.

Литература:

1. Гюллинг А.О., Назарова Ю.В. Этические проблемы антропоморфности искусственного интеллекта // Философия и культура. – 2023. – № 8. – С. 25–36.
2. Винокуров Ф.Н., Садовская Е.Д. Экспериментальное сравнение доверия искусственному интеллекту и человеку в экономических решениях // Экспериментальная психология. – 2023. – Т. 16. – № 2. – С. 5–18.
3. Батулин С.А. О построении стандартов искусственной этики роботов // Социология науки и технологий. – 2024. – № 4. – С. 6–19.
4. Stahl B.C., Schroeder D., Rodrigues R. AI Ethics: Cases and Approaches. – Springer, 2023. – 280 p.
5. The Cambridge Handbook of the Law, Ethics and Policy of Artificial Intelligence / Ed. by L. Edwards, P. Hacker. – Cambridge University Press, 2020. – 620 p.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н. В. Панкратов, С. М. Якушкина

Новосибирский государственный университет

экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, werdikwerdik0@gmail.com

Научный руководитель: Мельникова А. С., ст.преп.

Статья представляет исследование отношения студентов к применению технологий искусственного интеллекта в учебной деятельности. Результаты проведенного опроса свидетельствуют о высокой степени интеграции ИИ-инструментов в образовательный процесс. Большинство респондентов

демонстрируют позитивное отношение к потенциалу технологий при осознании сопутствующих этических и академических рисков. На основе анализа данных разработаны рекомендации для адаптации образовательных программ к новым реалиям.

The article presents a study of students' attitudes towards the use of artificial intelligence technologies in educational activities. The survey results indicate a high degree of integration of AI tools into the educational process. The majority of respondents demonstrate a positive attitude towards the potential of technology, while recognizing the associated ethical and academic risks. Based on the data analysis, recommendations have been developed for adapting educational programs to new realities.

В настоящее время нет общепринятого определения искусственного интеллекта (ИИ). Но в Российской Федерации действует исчерпывающая трактовка, закрепленная в Национальной стратегии развития ИИ до 2030 года, согласно которой ИИ представляет собой «комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые с результатами интеллектуальной деятельности человека или превосходящие их» [3]. Стремительное внедрение этого комплекса в высшее образование открывает новые возможности, но одновременно порождает вопросы об эффективности и этичности их применения. Изучение отношения студентов к ИИ как основных пользователей этих технологий представляется актуальным для формирования взвешенной образовательной политики [4].

Искусственный интеллект становится одной из самых популярных тенденций в образовательной сфере 2023-2025 годах. Более 40% студентов в России регулярно используют возможности ИИ для учебного процесса (генеративные нейросети, адаптивные платформы, виртуальные помощники). Преподаватели также активно интегрируют технологии искусственного интеллекта в образовательный процесс: мультимодальная педагогика с интеграцией ИИ для создания интерактивных и индивидуальных программ [2]. Однако студенты настороженно относятся к качеству материалов, которые создал ИИ. Примерно половина студентов всегда перепроверяют данные, которые предоставила нейросеть, уделяя источникам и фактам большее внимание (запрашивают ссылки на источники 53% респондентов) [1]. В современных публикациях акцентируется необходимость обсуждения этики использования ИИ с учащимися и роль технологий в формировании бесконфликтной педагогики. [3]. Таким образом, отмечается высокое использование интеграции ИИ в образовательную

среду, положительное отношение студентов и педагогов к новым технологиям ИИ, но в то же время подчеркивает важность контроля качества и этических аспектов.

Цель исследования – проанализировать отношение студентов к использованию технологий искусственного интеллекта в учебной деятельности.

В октябре-ноябре 2025 года было проведено онлайн-анкетирование. Выборка составила 54 респондента – студенты различных курсов и направлений подготовки НГУЭУ. В исследовании использовалась авторская анкета, включающая вопросы о демографических характеристиках, уровне знакомства с ИИ, практике его применения, а также блок утверждений для оценки отношения по шкале Лайкерта. Обработка данных проводилась методами описательной статистики.

В процессе исследования было выявлено следующее.

Подавляющее большинство респондентов (83%) хорошо знакомы с понятием искусственного интеллекта. Высокая вовлеченность подтверждается данными о частоте использования: 87% опрошенных применяют ИИ-сервисы не реже нескольких раз в неделю, из них 52% – ежедневно. Это свидетельствует о глубоком проникновении технологий ИИ в повседневную учебную практику.

Анализ ответов на вопрос о типах учебных заданий, для которых студенты используют ИИ чаще всего (Рис. 1), показывает, что технология преимущественно задействуется на подготовительных и вспомогательных этапах работы. Наибольшая доля голосов приходится на такие задачи, как поиск информации, составление плана и генерация идей. Это свидетельствует о том, что студенты воспринимают ИИ в первую очередь как мощный инструмент для оптимизации и ускорения рутинных операций, а не как механизм для полного и бесконтрольного выполнения работы.



Рис. 1 – Диаграмма ответов на вопрос: «Для каких типов учебных заданий вы используете ИИ чаще всего?»

В диаграмме (Рис. 2) представлены ответы на вопрос: «Как вы считаете, какую роль ИИ будет играть в высшем образовании в ближайшие 5 лет?». Большинство опрошенных ожидают, что его влияние будет значительным, что отражает общий тренд на цифровизацию образования.



Рис. 2 – Диаграмма ответов на вопрос: «Как вы считаете, какую роль ИИ будет играть в высшем образовании в ближайшие 5 лет?»

Ключевой проблемой, выявленной в ходе исследования, является нормативный вакуум, то есть отсутствие четких и общепринятых правил, регламентирующих использование ИИ в учебном процессе. Это приводит к неоднозначным ситуациям и академическим конфликтам. Ярким свидетельством существующей проблемы служат ответы респондентов на вопрос о случаях снижения оценки за использование ИИ: подавляющее большинство (76%) студентов знакомы с такими ситуациями либо на личном опыте, либо из опыта своих знакомых. Этот факт указывает на широкую распространенность академических санкций, применяемых в условиях отсутствия прозрачных и единых для всех правил.

Для анализа отношения респондентов был использован блок утверждений, оценивавшихся по 5-балльной шкале Лайкерта. Анализ данных показал прагматичное и сбалансированное отношение студентов к использованию ИИ в учебе.

С одной стороны, они высоко ценят его практическую пользу. Наибольший средний балл (4.7) получило утверждение «ИИ помогает мне экономить время при выполнении учебных заданий».

С другой стороны, респонденты отчетливо осознают сопутствующие риски, соглашаясь с утверждением, что «Использование ИИ может препятствовать развитию моих аналитических способностей» (ср. балл 3.8).

Наиболее показательным является тот факт, что студенты демонстрируют запрос не на запреты, а на руководство. Утверждение «Вуз должен проводить занятия по правильному использованию ИИ в учебной деятельности» получило один из самых высоких средних баллов (4.5), что подчеркивает потребность в формировании цифровой грамотности и институциональной поддержке.

Проведенное исследование показывает, что ИИ стал неотъемлемым инструментом в учебной деятельности студентов. Отношение к нему носит прагматичный характер: студенты ценят его практическую пользу, но осознают риски для развития аналитических способностей.

Ключевой проблемой остается нормативный вакуум, ведущий к академическим конфликтам. Студенты ожидают от вузов не запретов, а четких правил использования и обучения работе с ИИ.

Перспективой дальнейших исследований может стать сравнительный анализ отношения к ИИ среди студентов разных специальностей.

Литература:

1. Более 40 % студентов используют технологии ИИ в учебе [Электронный ресурс] // Российский союз ректоров. – 2024. - URL: <https://rsr-online.ru/news/2024/4/15/bolee-40-studentov-ispolzuyut-tehnologii-ii-v-uchebe/> (дата обращения 18.11.2025).

2. Мировые тренды образования в российском контексте [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2025. – URL: https://ioe.hse.ru/edu_global_trends/2025/ (дата обращения 18.11.2025).

3. Названы ключевые тренды в образовании [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2025. – URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/990888456.html> (дата обращения 18.11.2025).

4. Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // ГАРАНТ. - URL: <https://base.garant.ru/72838946/> (дата обращения 14.11.2025).

5. Чопик О.А. Искусственный интеллект как фактор трансформации субъектной позиции студентов в высшем образовании [Электронный ресурс] // Высшее образование в России. – 2025. – №8-9. – URL:

ВЛИЯНИЕ ПАТРИОТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В БРЕНДИНГЕ ТОВАРОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ

С. В. Переми́тькин, В. С. Сапунова, А. Д. Сапарова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, saparova-alinochka@mail.ru

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н., доцент

В работе исследуется влияние использования патриотической лексики в брендинге товаров на потребительский выбор молодёжи. Проанализированы концепции патриотического маркетинга, экономического и культурного патриотизма, а также результаты вторичных эмпирических исследований связанных с патриотическими мотивами в поведении потребителей. Эмпирическое исследование представляет собой опрос российской молодёжи в возрасте от 18–35 лет с целью оценки их доверия к брендам использующих патриотические маркеры. Практическая значимость работы заключается в выработке рекомендаций для маркетологов по использованию патриотической символики в рекламе и брендинге с учётом особенностей молодёжной аудитории.

This paper examines the impact of patriotic language in product branding on young people's consumer choices. It analyzes the concepts of patriotic marketing, economic and cultural patriotism, and the results of secondary empirical studies on patriotic motives in consumer behavior. The empirical study involved a survey of Russian youth aged 18–35 to assess their trust in brands that use patriotic markers. The practical significance of this paper lies in its potential to provide recommendations for marketers on the use of patriotic symbols in advertising and branding, taking into account the characteristics of a young audience.

Актуальность. В последнее время в российском обществе наблюдается рост патриотических настроений, и маркетологи всё активнее используют в брендинге товаров слова и образы, апеллирующие к этим чувствам. В рекламе и названии продуктов встречаются лексемы «родное», «отечественное», «наш продукт», «россия», изображения флага и герба, которыми предполагается привлекать внимание потребителей и повышать привлекательность товара. Однако реальное влияние такого приёма на выбор преимущественно молодой аудитории остаётся недостаточно изученным. Получение достоверных данных о том, как молодёжь воспринимает «патриотические» символы в

брендинге, поможет компаниям эффективнее выстраивать коммуникацию и формировать доверие к бренду. Таким образом, исследование важно с точки зрения современных трендов маркетинга и социально-экономической ситуации в стране.

Степень изученности. Тема патриотического маркетинга раскрывается в ряде исследований российских авторов. Так, Антонова Н.В. и Степаненко В.Г. [1] исследовали связь «экономического национализма» (желание поддерживать отечественных производителей) с брендо-лояльностью у российских потребителей и установили, что ожидаемой положительной взаимосвязи не обнаружено: в среднем россияне демонстрируют большую приверженность к зарубежным брендам, чем к отечественным. Паненко А.В. [2] в анализе патриотического маркетинга на региональных рынках отмечала, что пометки «местное», «наше» способны повышать готовность к покупке, однако их эффективность во многом зависит от узнаваемости продукта, уровня доверия к бренду и качества информации о нём. Розенберг Н.В. и Карпова М.К. [3] изучали трансформацию патриотических ценностей у молодёжи и пришли к выводу, что в целом молодёжь сохраняет устойчивое понимание патриотизма, но современные СМИ и образовательные практики существенно модифицируют это восприятие. Несмотря на имеющиеся результаты исследований, остаётся не до конца изученным вопрос доверия молодых потребителей к товарам брендов с «патриотической» символикой.

Объектом исследования выступает потребительское поведение молодежи при выборе товаров и услуг. Предметом исследования особенности восприятия молодыми людьми использования в названиях, упаковке и рекламе товаров слов и символов («родное», «отечественное», «Россия», «герб», «флаг», «русский» и др.), а также доверия к бренду и готовности приобрести товар при наличии таких элементов. Целью исследования - выявить, как использование патриотической лексики в брендинге товаров влияет на выбор студенческой молодёжи как потребителей. Эмпирическим объектом выступает российская молодёжь в возрасте 18–35 лет. Именно эта группа представляет активную часть потребительского рынка, чувствительную к идеям национальной принадлежности и новаторским маркетинговым практикам.

Основные положения исследования. В теоретической части исследования уточняется понятие патриотической лексики и патриотического брендинга, а также рассматриваются условия, при которых их использование может оказывать влияние на потребительское поведение. Под патриотическим брендингом понимается особый маркетинговый приём, предполагающий включение в оформление

товара и коммуникационную стратегию бренда элементов, апеллирующих к национальным чувствам, ценностям и культурным символам граждан. Патриотическая лексика в этом контексте отражает различные формы выражения национальной принадлежности продукта: это могут быть географические наименования («Россия», «Сибирь», «Урал»), прилагательные («родное», «отечественное», «наш продукт»), указание на происхождение («сделано в России»), а также использование национальных символов — государственного флага, герба, триколора или традиционных орнаментов.

Данные элементы выполняют функцию смысловых маркеров, которые не только информируют потребителя о происхождении товара, но и несут эмоциональную нагрузку, вызывая у покупателя чувство сопричастности, гордости или доверия. В теории маркетинга выделяют несколько типов патриотической коммуникации. «экономический патриотизм» сосредоточен на поддержке отечественного производителя и акцентирует вклад покупателя в развитие национальной экономики. В то время как «культурный патриотизм» направлен на сохранение и популяризацию традиций, национальной идентичности и культурной самобытности. В рекламных сообщениях это нередко выражается через образы природы, исторические мотивы, народные ремёсла, которые используются как визуальное подтверждение аутентичности продукта и его связи с «корнями».

Словосочетания «отечественный продукт», «русское качество», «родное», «наше» в сочетании с визуальными компонентами патриотической символики создают у потребителя целостный культурный образ, который может восприниматься как знак надёжности, стабильности или высокого качества. Подобные приёмы усиливают эмоциональную связь между брендом и потребителем, формируя не только рациональный, но и эмоционально-символический уровень восприятия товара. Таким образом, патриотическая лексика играет роль своеобразного «усилителя» восприятия бренда, подчеркивая его аутентичность и близость аудитории.

Анализ факторов влияния патриотической лексики показывает, что её воздействие на молодёжь неоднозначно и зависит от целого комплекса психологических, социальных и культурных условий. С одной стороны, использование элементов национальной идентичности может пробуждать у молодёжи чувство гордости, сопричастности и уважения к собственным культурным корням. Потребители могут воспринимать такие товары как более близкие и «свои», что усиливает готовность поддержать отечественного производителя, особенно в условиях общественного запроса на укрепление национальной экономики.

С другой стороны, среди части молодёжи может возникать скепсис при встрече с чрезмерным использованием патриотической символики. Такие респонденты потенциально рассматривают её как неискренний маркетинговый ход, попытку манипуляции или средство «подмены качества эмоцией». Особенно ярко негативная реакция проявляется в тех ситуациях, когда патриотическая риторика не подкрепляется реальными характеристиками товара или его качество не соответствует обещаниям бренда. Дополнительную роль играют такие параметры, как узнаваемость бренда, опыт взаимодействия с ним, уровень доверия и доступность достоверной информации о товаре. Если бренд уже зарекомендовал себя, патриотическая риторика воспринимается как естественное продолжение его имиджа; если же бренд неизвестен, подобный приём может вызвать у потребителей сомнения.

Отдельного внимания заслуживают внешние факторы. Согласно исследованиям, упомянутым ранее, важную роль в формировании патриотических установок молодёжи играют СМИ, социальные сети и образовательная среда. Чем выше степень знакомства молодых людей с символами и историей страны, тем более осознанно они реагируют на патриотическую лексику в рекламе. Также могут проявляться гендерные различия: девушки чаще фиксируют эмоциональный компонент бренда и обращают внимание на визуальную часть коммуникации, тогда как юноши более склонны оценивать практические и рациональные характеристики товара, хотя в обоих случаях патриотическая риторика может усиливать чувство принадлежности.

Эмпирическая часть исследования представляет собой анкетный опрос среди молодёжи в возрасте от 18 до 35 лет. Методика опроса предполагает использование визуального материала, где респондентам представляются примеры упаковок и названий с использованием патриотической лексики и нейтральные аналоги. Такой подход позволяет выявить субъективные различия в восприятии одних и тех же товаров в зависимости от наличия в брендинге национальных маркеров. Оценка эмоциональной реакции будет включать в себя измерение таких эмоций, как доверие, гордость, симпатия, а также сомнение или раздражение. Респонденты оценят степень доверия к бренду, восприятие искренности патриотического посыла и свою готовность совершить покупку.

Результаты опроса будут обработаны методами количественного анализа. Корреляционный анализ позволит выявить взаимосвязи между эмоциональными реакциями и намерением купить товар, а сравнительный анализ покажет различия между группами респондентов по полу. Таким образом, работа объединяет теоретическое осмысление

патриотического брендинга и эмпирическую проверку его влияния на молодёжную аудиторию.

Литература:

1. Антонова Н. В., Степаненко В. Г. Лояльность к бренду и экономический национализм российских потребителей // Социальная психология и общество. – 2020. – Т. 11, № 4. – С. 198–213. – DOI:10.17759/sps.2020110414199. psyjournals.ru.
2. Паненко А. В. Перспективы патриотического маркетинга в регионах России // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». – 2016. – Т. 10, № 1. – С. 136–147. — DOI:10.14529/em160117. КиберЛенинка.
3. Розенберг Н. В., Карпова М. К. Символы государственной идентичности в представлениях российской студенческой молодежи // Наука. Общество. Государство. – 2024. – Т. 12, № 2 (46). – С. 120–130. – DOI:10.21685/2307-9525-2024-12-2-12. esj.pnzgu.ru.
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Продовольственный патриотизм: аналитический обзор. 18 февр. 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/prodovolstvennyi-patriotizm> (дата обращения: 05.11.2025). ВЦИОМ. Новости.

СТРАТЕГИИ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ УСТАЛОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Д.К. Петренко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, dpetrenko2019@mail.ru**

Научный руководитель: Спиридонова Е.В., к.э.н., доцент КМ

В современном цифровом мире традиционная реклама теряет эффективность из-за переизбытка. Сенсорный маркетинг помогает брендам выделиться, устанавливая прочный эмоциональный контакт с аудиторией через обращение к разным чувствам. На примере российских компаний показаны успешные кейсы. Опрос подтвердил, что такая реклама влияет на настроение потребителей, мотивирует к покупкам через визуальный образ и текстуру и повышает доверие к брендам, учитывающим разные аспекты восприятия.

In today's digital world, traditional advertising is losing effectiveness due to information overload. Sensory marketing helps brands stand out by establishing a strong emotional connection with the audience through engaging multiple senses. Successful cases from Russian companies are presented as examples. A survey

confirmed that such advertising influences consumers' mood, motivates purchases through visual appeal and texture, and increases trust in brands that consider various aspects of perception.

Бренды ведут борьбу за доли секунды пользовательского интереса, однако традиционные подходы к рекламе, основанные на массовом визуально-звуковом воздействии, стремительно теряют эффективность.

Предпочтение короткого контента и ускорение потребления — это проявления более крупного тренда «нетерпеливости». По данным Life Trends, 55% мирового населения ищут более простые и быстрые способы решить свои повседневные задачи, при этом 68% готовы получить эти решения от брендов, особенно если они связаны с темами финансов, здоровья и образования. От сервисов пользователи ждут большей интуитивности, наглядности и удобства в потребительском опыте. Уже 43% населения готовы отдать простые задачи ИИ.[1]

После анализа статистики, показывающей снижение доверия в традиционную цифровую рекламу, возникает вопрос: что может стать решением?

Таким решением является сенсорный маркетинг – стратегия, которая выходит за рамки привычного воздействия на зрение и слух. Её суть - в комплексном обращении ко всем органам чувств для создания целостного, эмоционально окрашенного образа продукта. [2-3]

Цель:

Изучить, как сенсорный маркетинг помогает брендам прорваться через цифровой шум к эмоциональной связи с потребителем.

Задачи:

1. Изучить теоретические основы сенсорного маркетинга как современного инструмента маркетинговых коммуникаций;
2. Проанализировать успешные практики применения сенсорного маркетинга;
3. Изучить, как сенсорные триггеры (цвета, звуки и образы) в цифровой рекламе влияют на эмоции и запоминание бренда.
4. Провести опрос целевой аудитории для выявления эффективных сенсорных стимулов.

Способность визуального контента вызывать ассоциации становится критически важным конкурентным преимуществом. Потребитель подсознательно стремится к продуктам, которые можно почувствовать, увидеть и услышать через экран. Например, при выборе потребителем мастер класса по гончарному делу, человек выберет ту компанию, которая сможет показать будущему покупателю, как он будет себя чувствовать, какие эмоции получит и так далее. Ведь здесь цель не слепить определенный объект, а в том, чтобы отдохнуть, или разгрузить

голову, или просто провести время с друзьями. От собранной информации, которую он почти сразу должен увидеть на сайте или на странице компании, он сделает свой выбор, если реклама попадет в ведущий сенсорный канал восприятия.

Нейробиологические исследования подтверждают, что такие кросс-модальные ассоциации активируют зрительную кору и соматосенсорные области мозга, создавая эффект виртуального прикосновения. Это происходит из-за того, что информация от различных органов чувств объединяется в «ассоциативных зонах» мозга. [4-5]

Этот психологический механизм объясняет, почему товары с сильными тактильными ассоциациями демонстрируют на 34% более высокую конверсию даже при идентичных функциональных характеристиках с конкурентами. Мозг потребителя воспринимает такой продукт как более качественный и достоверный, поскольку мультисенсорное восприятие интерпретируется как более полное знакомство с товаром.

Успешные кейсы русских компаний уже демонстрируют, что такие инвестиции более чем успешны.

Российский бренд косметики и парфюмерии «Predubezhda» использует силу ностальгических ассоциаций в своем позиционировании. В коллекции с ароматами черного перца, ладана и ветивера, компания проводит фотосессию в деревне, создавая визуальные образы, которые переносят потребителя в детские воспоминания. Линейка называется — PREKRASNOEDALYOKO. Ключевой элемент их стратегии — текстовые описания продуктов, которые обращаются к общим для многих тактильным обонятельным воспоминаниям. [6]

Бренд одежды "12 Storeez" развивает сенсорный маркетинг через создание кинематографичного видео-контента. Развитие сенсорного маркетинга они начали со съемок мини-фильмов, где актеры носят одежду бренда в жизненных ситуациях, а далее перешли чуть к более простым видео со звуковым оформлением. Их последние видео-работы представляют собой подобранную последовательность образов, где каждый кадр сопровождается характерным звуком, например, звук застежки, материал ткани, хлопки в перчатках и другие не сложные идеи. Из этих звуков монтируется целостная музыкальная композиция, которая вызывает АСМР-эффект и тактильные ассоциации, что важно для этого поколения, быть в том, что удобно, то, что не будет сковывать движения и быть приятным к телу, создает терапевтическое воздействие, снижая цифровую усталость и в добавок ко всему этому, формирует устойчивую ассоциацию бренда с состоянием психологического комфорта. Оба

примера демонстрируют, как современные российские бренды успешно преодолевают цифровое пресыщение, обращаясь не к рациональным потребностям, а к эмоциональной и сенсорной памяти потребителей. [7]

Российский косметический бренд "Luvu" разработал стратегию представления продукции, где каждый блеск для губ сопровождается сложным набором перекрестных сенсорных ассоциаций. В рекламных кампаниях и пользовательском контенте продукт показывается через многомерный опыт: оттенок блеска визуально сопоставляется с сочными ягодами, вызывая вкусовые ассоциации, одновременно демонстрируется рядом с текстурами одежды — шелком, кашемиром, бархатом — что создает тактильные ожидания. Особое внимание уделяется эмоциональному контексту: образы улыбок, свиданий, встреч с подругами пробуждают личные воспоминания и формируют глубокую эмоциональную связь. Бренд активно использует UGC-креаторов, где девушки демонстрируют интеграцию продукта в свою повседневность — от утреннего кофе до вечерних мероприятий, что позволяет потенциальным клиентам мысленно "примерить" не только продукт, но и связанный с ним образ жизни. Людям важно теперь важно купить не сам продукт, а ощущение от самой покупки. [8]

Мы провели исследование, в котором приняли участие 30 мужчин и женщин. Результаты показали, что реклама и оформление бренда влияют на настроение 66,7% респондентов. Для 55,6% опрошенных очень важна упаковка продукта. Кроме того, почти 70% участников признались, что хотя бы раз покупали товар из-за его визуального образа и текстуры, которые были привлекательно представлены в рекламе, даже если они не имели возможности оценить эти качества в реальной жизни.

Что касается онлайн-покупок, то главными факторами желания приобрести продукт стали эстетичные фотографии и видео, а также отзывы покупателей и обзоры от UGC-креаторов. При этом практически все респонденты единогласно согласились с утверждением о том, что бренды, уделяющие внимание не только визуальной составляющей, но и звукам (на сайте или в рекламе) и другим ощущениям, вызывают у них больше доверия.

Исследование подтверждает, что внимание бренда к деталям, которые обращаются к разным чувствам, от зрения и осязания до звука, является мощным триггером для создания доверия и стимулирования продаж. [9]

Заключение статьи

Подводя итоги, мы можем сделать вывод о том, что сенсорный маркетинг превращается из дополнительной опции в обязательный элемент коммуникации с потребителем. Он позволяет брендам устанавливать эмоциональную связь там, где традиционные методы уже

не работают, преодолевая цифровое пресыщение через создание многогранного опыта. В результате формируются не просто клиенты, а лояльные приверженцы бренда, что в современных рыночных условиях становится ключевым конкурентным преимуществом.

Литература:

1. Рекламный рынок 2025: прогнозы, тренды и их влияние на бизнес [Электронный ресурс] // Group4media. – 2024. – 24 дек. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/reklamnyj-rynok-2025-prognozy-trendy-i-ikh-vliyanie-na-biznes-72211.html> (дата обращения: 8.10.2025).

2. Магомедмирзоева Д.Я., Семилетова Я.И., Разванова Р.Ш. Сенсорный маркетинг как эффективный инструмент успешных продаж // Вестник науки. – 2021. – № 10 (43). – 78-83.

3. Полякова М. Цветет, звучит и пахнет: что такое сенсорный маркетинг [Электронный ресурс]. – 2023. – 14 авг. – URL: <https://daily.hse.ru/post/cvetet-zvuchit-i-pahnet-cto-takoe-sensornyy-marketing> (дата обращения: 02.11.2025).

4. Иосифян М.А. Кросс-модальные ассоциации между фильмами с элементами трагического / комического и тактильным восприятием: пилотажное исследование [Электронный ресурс]. – 2019. – 19 июня. – URL: <https://publications.hse.ru/chapters/310667042> (дата обращения: 02.11.2025).

5. Соматосенсорная, моторная и ассоциативная кора [Электронный ресурс]. – 2024. – 29 авг. – URL: <https://www.jove.com/ru/science-education/v/17749/somatosensory-motor-and-association-cortex> (дата обращения: 02.11.2025).

6. Коллекция «Prekrasnoedalyoko» [Электронный ресурс] // Официальный сайт интернет-магазина «Predubezhdaï». – URL: [Predubezhdaï](https://predubezhdaï.ru/) (дата обращения: 09.11.2025).

7. Официальный сайт бренда одежды «12 Storeez» [Электронный ресурс]. – URL: <https://12storeez.com/> (дата обращения: 27.10.2025).

8. Официальный сайт косметического бренда «Luvu» [Электронный ресурс]. – URL: <https://luvucosmetics.ru/> (дата обращения: 09.11.2025)

9. Ракипов А., Овчинникова П., Вихрева М. Триггеры в маркетинге: как апелляция к выгоде или социальное одобрение помогают увеличивать продажи [Электронный ресурс]. – 2024. – 28 февр. – URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/triggery-v-marketinge-kak-ih-ispolzovat/> (дата обращения: 28.10.2025).

«ВТОРЖЕНИЕ» ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЛИЧНОЕ ВРЕМЯ РАБОТНИКА

Д. О. Попов

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, onirs@corp.nstu.ru**

Научный руководитель: Мельников М. В, к.соц.н., доцент

Работа посвящена актуальной проблеме «вторжения» посредством современных инструментов коммуникации, прежде всего, мессенджеров, отношений профессиональной коммуникации в личное время работников. Выполнен анализ результатов исследований данного феномена, сделаны выводы и указаны пути его дальнейшего изучения.

The paper is devoted to the urgent problem of the "invasion" of professional communication relations into the personal time of employees through modern communication tools, primarily messengers. The analysis of the research results of this phenomenon is carried out, conclusions are drawn and ways of its further study are indicated.

В условиях роста и развития цифровых технологий и их конкретной формы – современных инструментов коммуникации, прежде всего мессенджеров, – значительно ослабляются традиционные границы между режимом рабочего времени и временем отдыха. Происходит размывание барьера между публичным пространством, к которому относится сфера профессиональных отношений, и приватным (домашним) пространством. Работа и вовлечение сотрудников в деловые коммуникации «выходят» за пределы официального времени, распространяясь на вечера и выходные дни.

Эту практику можно определить как своеобразное «обобществление» частного времени и пространства человека – его возвращение, пусть и на короткий срок, к выполнению обязанностей сотрудника организации. Социологическое изучение данного феномена актуально как с теоретической точки зрения (в рамках анализа трансформации отношений между приватным и публичным), так и с практической. Эмпирические данные позволят определить отношение работников к этому процессу и внести целесообразные корректировки в корпоративную культуру.

Определим ключевые понятия. В рамках социологии труда «обобществление» личного времени – это процесс, при котором трудовые отношения проникают в приватную сферу, восстанавливая профессиональный контроль без предварительного согласия индивида. Это «вторжение» часто бывает внезапным и неуместным для человека,

занятого исполнением иных социальных ролей (супруга, родителя, друга), что создает конфликт между требованиями работы и личной жизнью.

Масштаб проблемы подтверждается эмпирическими данными. Согласно исследованию кадрового агентства UTEAM, проведенному в 2024 году, 72% россиян регулярно получают рабочие сообщения после завершения рабочего дня. При этом 63% респондентов реагируют на них немедленно. Такая вынужденная отзывчивость приводит к нарушению отдыха, стрессу и семейным конфликтам. Несмотря на то, что право на отдых закреплено в ст. 106 ТК РФ, на практике оно часто игнорируется в угоду корпоративной лояльности [1, 2].

В группу риска прежде всего попадают работники умственного труда («белые воротнички»), чьи обязанности связаны с обработкой информации и допускают дистанционный формат. Максимальная нагрузка ложится на руководителей среднего звена, личных ассистентов и специалистов критически важных функций. Ситуация усугубляется для женщин, которые часто несут «двойную нагрузку», пытаясь совмещать профессиональные ответы в чатах с домашними делами, что редко бывает гармоничным.

Причиной такой вовлеченности нередко становится карьерное давление и трансформация каналов связи. По данным сервиса «Контур.Толк» (2024), мессенджеры практически вытеснили другие каналы связи: 46% сотрудников получают от 10 до 30 рабочих сообщений в час, а 61% тратят до двух часов в день только на поиск нужной информации в рабочих чатах. Гибридные форматы работы окончательно размывают границы офиса, формируя у сотрудников ощущение необходимости быть «всегда онлайн» [3].

Последствия такой практики носят системный характер. С одной стороны, высокая профессиональная идентичность побуждает работников добровольно соглашаться на переработки (феномен «интернализации профессиональных норм»). С другой стороны, постоянная включенность ведет к истощению ресурсов. Исследование портала SuperJob (2024) показало, что 58% россиян сталкивались с эмоциональным выгоранием, причем чаще всего от него страдают люди в возрасте 35–45 лет и женщины (61%) [4].

Понятие выгорания, подробно описанное социальным психологом Кристиной Маслах, в российских реалиях приобретает угрожающие масштабы. Согласно данным SuperJob, в каждом втором случае (48–53%) выгорание приводит к увольнению сотрудника. Информационная перегрузка и невозможность полноценно отключиться от рабочих

процессов вызывают у 37% работников хроническую усталость, а у 26% – постоянную тревожность [3, 4].

Зарубежный опыт показывает, что решение проблемы возможно на законодательном уровне. Европейские исследования (Eurofound, 2017) подтвердили прямую связь между использованием гаджетов и увеличением рабочего времени. В ответ на это во Франции, Испании и Австралии было введено законодательное «право на отключение» (right to disconnect), предусматривающее штрафы для работодателей за беспокойство сотрудников в нерабочее время. В России подобные меры пока отсутствуют, а редкие корпоративные инициативы по ограничению переписок часто разбиваются о сложившуюся культуру «героизма» и постоянной доступности [5].

В заключение отметим, что дальнейшее изучение данной темы должно быть направлено на поиск баланса между интересами бизнеса и психофизиологическим благополучием сотрудников. Перспективным представляется исследование эффективности внедрения локальных нормативных актов о «цифровом этикете» в российских компаниях. Кроме того, необходимо изучить стратегии индивидуальной адаптации работников (например, использование отдельных телефонов для работы) и оценить готовность российского рынка труда к законодательному закреплению «права на отключение».

Литература:

1. Белый воротничок: статья [Электронный ресурс] // Википедия. Свободная энциклопедия. – 2025. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Белый_воротничок (дата обращения: 23.11.2025).

2. Аналитики Новости ИТ-канала. Две трети россиян регулярно сталкиваются с деловыми звонками руководства и коллег в нерабочее время [Электронный ресурс] // Новости ИТ- канала. – 2024. – URL: <https://www.novostiitkanala.ru/news/detail.php?ID=> (дата обращения: 23.11.2025).

3. Аналитики КонтурТолк. Что делать, если коллеги пишут и звонят в нерабочее время [Электронный ресурс] // КонтурТолк. – 2025. – URL: https://kontur.ru/talk/spravka/54676-kollegi_pishut_i_zvonyat_v_nerabochee_vremya (дата обращения: 23.11.2025).

4. Аналитики SuperJob. Эмоциональное выгорание: скрытая эпидемия российского рынка труда [Электронный ресурс] // SuperJob: исследовательский центр. – 2025. – URL:

<https://www.superjob.ru/research/articles/115500/emocionalnoe-vygoranie/>
(дата обращения: 06.12.2025).

5. Кто такие «новые» воротнички? [Электронный ресурс] // Английская школа Екатерины Монаховой. – 2022. – URL: <https://emschool.ru/mag/new-collar-job> (дата обращения: 23.11.2025).

6. Eurofound. Working anytime, anywhere: The effects on the world of work [Electronic resource] // Publications Office of the European Union, Luxembourg. – 2017. – URL: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2017/working-anytime-anywhere-the-effects-on-the-world-of-work> (accessed: 06.12.2025).

7. Волков Т.П. Приватизация и социальная стратификация российского общества [Электронный ресурс] // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2008. – Т. 11, № 1. – С.163-168. – URL: https://vestnik.mauniver.ru/v11_1_n30/articles/26_volk.pdf (дата обращения: 23.11.2025).

8. Хвесьюк Н.Г. Социальные аспекты приватизации // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. – 2012. – №3. – С. 58-61.

9. Силласте Г.Г. Социальные последствия приватизации [Электронный ресурс] // Обозреватель-Observer. – 2001. – № 12. – С.60-62. – URL: https://i-sng.ru/img/2022/04/12_2001.pdf (дата обращения: 23.11.2025).

10. Редакция сайта. Социально-трудовые отношения [Электронный ресурс] // Официальный сайт Объединения организаций профсоюзов Сахалинской области. – URL: <http://oblsovprof.ru/sotsialno-trudovye-otnosheniya> (дата обращения: 23.11.2025).

11. Беляев В.И., Кузнецова О.В. Охрана и гуманизация труда: принципы интеграции в институциональной структуре социально-трудовых отношений в целях решения проблем трудового оппортунизма на предприятиях и в цепях межфирменных взаимодействий [Электронный ресурс] // Экономика Профессия Бизнес – 2018. – Т. 4. № 4. – С. 5-15. – URL: <http://journal.asu.ru/ec/article/download/201847/3654> (дата обращения: 23.11.2025).

12. Беляев В.И., Кузнецова О.В. Прекариат и эрозия процесса воспроизводства рабочей силы: содержание проблемы, методология исследования, результаты [Электронный ресурс] // Экономика Профессия Бизнес – 2020. – Т. 4. № 4. – С. 25-33. – URL: <http://journal.asu.ru/ec/article/download/epb201996/7374> (дата обращения: 23.11.2025).

УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Е. П. Попыловских, А. Н. Тагнер

Новосибирский государственный университет

экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, tagner20@mail.ru

Научный руководитель: Мельникова А. С., ст. преп.

В данной статье было проведено исследование российской молодежи с целью определения уровня социального здоровья. По итогам опроса выявлена противоречивая оценка данного показателя: прослеживается заинтересованность к культурному досугу, но наблюдается низкая вовлеченность в деятельность общественных организаций и трудности с социальной адаптацией. Был разработан ряд рекомендаций по улучшению уровня социального здоровья.

This article presents a study of Russian youth aimed at determining the level of social health. The survey revealed a contradictory assessment of this indicator: there is an interest in cultural leisure, but there is a low level of involvement in public organizations and difficulties with social adaptation. The article provides a set of recommendations for improving the level of social health.

Молодежь России сталкивается с серьезными вызовами в современном мире: ухудшение психофизиологического состояния, относительно невысокий уровень материального обеспечения, кризис самоопределения, трудности коммуникации. Важно рассмотреть существующие проблемы данной социально-демографической группы в различных сферах, которые касаются социального здоровья.

Социальное здоровье российской молодежи, как многоаспектный показатель, демонстрирует способности индивида успешно адаптироваться к изменяющимся условиям социальной среды, выстраивать качественную коммуникацию с другими людьми и чувствовать собственную значимость.

Целью исследования выступает изучение состояния социального здоровья молодежи России и формирование на основе анализа полученных данных практических рекомендаций с целью его усиления. Объектом исследования является российская молодежь в возрасте от 18 до 35 лет.

Существует множество трактовок понятия «социальное здоровье». По мнению О.А. Данковцева социальное здоровье следует рассматривать как «универсальную ценность, базирующуюся на самосохранительной активности субъекта и способствующую его адекватной адаптации в обществе» [1]. А.И. Анисимов и Н.Н. Киреева понимают под социальным

здоровьем отражение отношения общества к человеку, реализуемое через включение человека в разнообразные социальные структуры и исключение из них [2]. В данной работе мы опираемся на определение М.А. Болдиной. Автор рассматривает социальное здоровье как устойчивое состояние, которое позволяет личности успешно функционировать, пребывать в развитии и реализовывать собственный потенциал в контексте изменяющихся условий и современных вызовах [3].

Для того чтобы оценить состояние социального здоровья молодежи России в настоящее время нами был проведен опрос, который разработан на основе критериев вышеупомянутого понятия. Исследовались такие аспекты как: общественная вовлеченность, социальная адаптация, следование принципам здорового образа жизни и досуговые предпочтения. Для изучения этих элементов мы опросили современную российскую молодежь в возрасте от 18 до 35 лет в количестве 55 человек. Анализ данных анкетирования позволил выявить следующие результаты.

На вопрос: «Принимаете ли Вы участие в деятельности общественных движений и организаций?» 9% опрошенных ответили, что участвуют на постоянной основе, 45% участвуют достаточно редко, 45% не участвуют и не видят смысла. Самым распространенным является Российское движение детей и молодежи («Движение первых») - 16% всех ответов. Эти данные демонстрируют довольно низкий уровень вовлеченности российской молодежи в деятельности общественных организаций. Это говорит о кризисе доверия к таким организациям.

Согласно данным 9% респондентов регулярно посещают культурные мероприятия, 56% несколько раз в год, 31% редко, 4% не участвуют. В качестве мотивации 56% выбирают возможность узнать что-то новое, 18% общение с другими людьми, 60% эстетическое наслаждение, 58% стремление привнести разнообразие в досуг. Молодежная вовлеченность в культурную жизнь носит личностные, художественные, интеллектуальные особенности.

У 40% респондентов есть несколько постоянных увлечений или хобби, в то время как у 38% они отсутствуют. Среди молодежи около 14% готовы посвящать своим увлечениям более 10 часов в неделю, примерно 22% выделяют от 5 до 10 часов, значительная часть – 34% уделяют этому от 1 до 5 часов, а почти треть – 29% ограничиваются менее чем одним часом в неделю. По полученным данным можно говорить о существующем разрыве в структуре досуга российской молодежи. 40% ведут активную и насыщенную жизнь, имеют различные интересы, почти такая же большая группа не имеет каких-либо увлечений, что может указывать на возможные риски социального и личностного кризиса.

Как показывают результаты опроса 14% молодого поколения придерживаются здорового образа жизни, 55% следуют, но имеют исключения, 25% не соблюдают. Среди них у 33% нет вредных привычек, 33% имеют, но стараются избавиться, у 33% они есть. Большинство (55%) ситуационно соблюдают правила, однако треть опрошенных находится в борьбе со своими вредными привычками. Это говорит о достаточно высоком уровне осознанности молодежи, но о недостаточной мотивации или же ресурсов для перехода к устойчивому здоровому образу жизни.

Для того чтобы определить уровень социальной адаптации российской молодежи, была применена шкала Лайкерта, которая включала в себя пять негативных и позитивных суждений. Данная методика позволила выделить четыре группы респондентов в зависимости от суммарного балла. 10-20 баллов – низкий уровень социальной адаптации (19% опрошенных), 21-30 баллов – достаточно низкий уровень (38%), 31-40 баллов – достаточно высокий уровень (36%), 41-50 баллов – высокий уровень социальной адаптации (7%). Как показали результаты 19% опрошенных испытывают стресс и тревогу в новых ситуациях, для них так же характерно длительное переживание конфликтных ситуаций и замкнутость. Данная группа демонстрирует довольно серьезные трудности в адаптации. Для 38% российской молодежи социальная адаптация дается непросто. Новые условия могут вызвать у данных респондентов незначительный дискомфорт. 36% опрошенных обладают такими навыками как гибкость, что позволяет им хорошо адаптироваться в социальной среде. Они быстро восстанавливаются от различных неудач, им легко найти свое место в новом коллективе, и они открыты к изменениям в своей жизни. всего лишь 7% респондентов демонстрируют высокий уровень социальной адаптации. Для них новые вызовы не являются проблемой, а скорее возможностью.

Отвечая на вопрос: «Как Вы считаете, реализуете/раскрываете свой потенциал на работе/учебе?», большинство опрошенных (72%) оценивают раскрытие собственного потенциала как частичное, в то время как 16% чувствуют полную реализацию, 11% вообще не раскрывают. Эти данные демонстрируют современные проблемы, при которых существующие на данный момент образовательные и профессиональные социальные институты не гарантируют полноценную самореализацию молодежи.

Уровень социального здоровья российской молодежи можно охарактеризовать как противоречивый. С одной стороны, можно наблюдать достаточно высокую заинтересованность к культурному

досугу и намерение вести здоровый образ жизни, что свидетельствует о развитии личностного капитала. С другой стороны, у молодежи низкая вовлеченность в деятельность общественных организаций и существуют некоторые трудности с социальной адаптацией.

Таким образом, на основе полученных результатов, можно сформулировать практические рекомендации для улучшения социального здоровья российской молодежи.

1. Развитие и улучшение коммуникативных навыков. Для улучшения социального здоровья необходимо развивать навыки эффективного общения. К этому можно отнести умение поддерживать разговор, вовлеченность в диалог, активное использование мимики.

2. Способность удерживать баланс между личным временем и социальной активностью. Подходить осознанно к внедрению общественной деятельности в свою жизнь. Социальная активность — это ключевой инструмент для развития личности и установления социальных связей. Для достижения результатов важна не столько интенсивность, сколько регулярность участия в общественной деятельности.

3. Необходимо нормализовать режим сна, рекомендуемое количество в сутки – 7-8 часов. Избегать злоупотребления алкоголем и курением. Стараться поддерживать своё психическое здоровье. Внедрение регулярной физической активности также важно для поддержания социального здоровья.

4. Выбрать полезные увлечения. Следует выбирать те занятия, которые будут полезны для самореализации и хорошего отдыха. Также ограничить экранное время, взамен этого предпочесть активные и неординарные хобби.

5. Развивать и формировать гармоничные взаимоотношения с окружающим миром, с социумом и с самим собой.

Таким образом, исследование социального здоровья молодежи России продемонстрировало, что оно выступает важнейшим фактором личного благополучия, определяющим способность молодых людей выстраивать позитивные взаимоотношения с обществом, эффективно приспосабливаться к изменяющимся условиям и полноценно реализовывать себя.

Литература:

1. Данковцев О.А. Социальное здоровье современной молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. – 2024. – №12 [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-zdorovie-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 11.01.2026).

2. Анисимов А.И., Киреева Н.Н. Социальное здоровье студентов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2009. – №1-1 [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-zdorovie-studentov-1> (дата обращения: 11.01.2026).

3. Гафиатулина Н.Х., Щербакова Л.И., Самыгин С.И. Социальное здоровье российской молодежи в контексте теории жизненного пути индивида // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – № 2. – С. 36-41.

КОММУНИКАЦИЯ «ЧЕЛОВЕК–МАШИНА»: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ «HUMAN–MACHINE COMMUNICATION»

А. В. Походня

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, alenapohodnia@yandex.ru**

Научный руководитель: Игнатьев В. И., д.ф.н., профессор

В статье анализируется специфика коммуникации человек–машина на основе анализа публикаций в журнале «Human–Machine Communication». Рассматриваются онтологические различия между людьми и машинами, отсутствие у цифровых агентов автономности и способности к смыслообразованию, а также особенности симулятивного характера машинной коммуникации. Показано, что НМС формирует новые формы взаимодействия в социотехнических системах.

This article examines the specificity of human–machine communication based on conceptual works published in the Human–Machine Communication journal. It explores the ontological differences between humans and machines, the lack of autonomy and meaning-making in digital agents, and the simulated nature of machine communication. This analysis demonstrates how HMC generates new forms of interaction within sociotechnical systems.

Коммуникация человек–машина (НМС) в последние годы становится одной из ключевых тем междисциплинарных исследований, поскольку современные цифровые системы всё активнее включаются в социальные процессы. Значимую роль в формировании теоретической рамки этого направления играет одноимённый журнал Human–Machine Communication (НМС), в котором публикуются концептуальные и эмпирические работы о природе взаимодействия между людьми и машинами. Позиции авторов журнала позволяют увидеть, как именно исследователи описывают специфику НМС и чем она отличается от межчеловеческого общения. Введение машин в коммуникативную сферу требует пересмотра устоявшихся моделей и понятий, поскольку

взаимодействие человека с алгоритмами, роботами и цифровыми агентами принципиально отличается от традиционных форм коммуникации людей друг с другом [1].

Исследователи подчёркивают, что ключевое отличие коммуникации человек–машина от межчеловеческой связано с фундаментальными различиями в природе коммуникаторов. А.Гузман намеренно использует термин «машина» вместо «технология», чтобы подчеркнуть глубину культурно-философского разрыва: *“Human-Machine Communication as an area of research is so named to signal the difference in the nature of its communicators, with ‘machine’ purposely used instead of ‘technology’...”* [4]. В работах авторов НМС технологии рассматриваются не только как медиаторы коммуникации, но как самостоятельные коммуникаторы: *“Research within HMC desires to understand technology as a communicator rather than limiting its role to that of a mediator...”* [5]. Такое понимание позволяет изучать машины как участников взаимодействия, а не просто как каналы передачи сигналов.

Авторы отмечают, что различия между людьми и машинами формируют специфические ожидания пользователей. В человеческом общении мы опираемся на представления о когнитивных, эмоциональных и социальных возможностях партнёра, тогда как в НМС такие ожидания нередко оказываются ошибочными: *“The ontological boundary between humans and computers can also inform people's expectations...”* [4]. Машины лишены подлинной автономности, их действия всегда ограничены рамками программирования: *“Discussions of autonomy present people as possessing ‘free will’ while the computer is restricted because it is programmed by humans...”* [4]. Это фундаментально отличает их от людей и определяет специфику коммуникации.

Исследователи подчёркивают различие между человеческим мышлением и машинной симуляцией мышления. Машины не способны к пониманию в человеческом смысле, они лишь имитируют интеллектуальные процессы, используя статистические модели и языковые паттерны. Поэтому перенос категорий intersubjective meaning-making на НМС невозможен: *“Since machines... cannot really think but only simulate thinking, a concept of communication that would include machines needs to be relieved of all kinds of references to intersubjective meaning-making...”* [2]. Соответственно, по Бодрийару, взаимодействие с машиной является симуляцией коммуникации: *“Baudrillard's insistence on symbolic exchange would, however, mean that all human-machine communication would be simulation.”* [2]. В наиболее явном виде это проявляется в отношении современных языковых моделей, которые описываются как «стохастические попугаи», механически

комбинирующие знаки: *"We are... communicating with what has been described as 'stochastic parrots'..."* [2].

Несмотря на отсутствие подлинного понимания, коммуникация человек–машина создаёт новые формы информационного обмена и взаимодействия в рамках социотехнических систем: *"HMC affords perspective and provides explanations for the meaning-making process, the informational exchange..."* [5]. Однако машины принципиально неспособны к интуиции: *"AI cannot sense intuitively in the same way a human can. Intuition is something that would be programmed into AI."* [5]. Кроме того, они хуже справляются с интерпретацией сложных языков и социального контекста: *"Compared with humans, digital machines have a poorer understanding of complex human languages and the social context of human affairs."* [3]. Это делает машинное взаимодействие менее гибким, менее социально насыщенным и более формальным.

Авторы отмечают, что в НМС отсутствуют многие социальные компоненты, характерные для человеческой коммуникации. Взаимодействие с виртуальными помощниками часто осуществляется в частных условиях и без эмоционального подкрепления: *"These interactions may be lacking the social stakes necessary for vicarious reinforcement..."* [3]. Из-за этого пользователи реже раскрывают личную информацию и чаще проявляют агрессию, явление, практически не свойственное межличностному общению: *"Less intimacy and self-disclosure... and high aggression..."* [3]. При этом машины демонстрируют функциональные преимущества, более надёжную память, отсутствие биологических ограничений, высокую скорость обработки данных: *"Machines are believed to have less fallible 'memory'..."* [3]; *"Compared to humans, machines are less subject to biological constraints..."* [3]. Однако их коммуникативные способности остаются жёстко ограниченными рамками программирования и узкой специализацией. Именно поэтому Гузман и Льюис подчёркивают необходимость изучать НМС отдельно от межчеловеческой коммуникации: *"HMC is distinct from HHC and should be studied in a way that attends to the potential differences..."* [4]. В то же время отдельные теории человеческой коммуникации могут быть полезны, хотя и требуют адаптации: *"Although 'communication with digital interlocutors ontologically is not the same thing as communication with another human,' there are helpful human communication theories..."* [6].

В заключение авторы журнала Human–Machine Communication сходятся во мнении, что специфика НМС определяется отсутствием у машин сознания, автономности, способности к смыслообразованию и социальному пониманию. Коммуникация человек–машина представляет собой симуляцию диалога, основанную на алгоритмической обработке

данных, а не на intersubъективном обмене смыслами. При этом взаимодействие с машинами создаёт новые формы информационного обмена и влияет на поведение пользователей, что делает изучение НМС важным направлением современной коммуникативистики. Именно сочетание ограничений и функциональных возможностей машин определяет необходимость разработки самостоятельных теоретических моделей, отличных от тех, что применяются для анализа человеческой коммуникации.

Литература:

1. Гузман А. Коммуникация «человек-машина». Переосмысление коммуникации, технологии и самих себя. - Харьков: Гуманитарный центр, 2022. – С. 304.

2. Bolin G. Communicative AI and techno-semiotic mediatization: Understanding the communicative role of the machine [Electronic resource] // Human-Machine Communication – №7. – 2024. – URL: <https://stars.library.ucf.edu/hmc/vol7/iss1/4/> (accessed: 21.11.2025). – doi: 10.30658/hmc.7.4

3. Gambino A., Liu B. Considering the context to build theory in HCI, HRI, and HMC: Explicating differences in processes of communication and socialization with social technologies. [Electronic resource] // Human-Machine Communication – №4. – 2022. – URL: <https://stars.library.ucf.edu/hmc/vol4/iss1/6/> (accessed: 21.11.2025). – doi: 10.30658/hmc.4.6

4. Guzman A.L. Ontological boundaries between humans and computers and the implications [Electronic resource] // Human Machine Communication. – №1. – 2020. – URL: <https://stars.library.ucf.edu/hmc/vol1/iss1/3/> (accessed: 21.11.2025). – doi: 10.30658/hmc.1.3

5. Lackey C., Papacharissi Z. Machine ex machina: A framework decentering the human in AI design praxis [Electronic resource] // Human-Machine Communication – №1. – 2024. – URL: <https://stars.library.ucf.edu/hmc/vol8/iss1/1/> (accessed: 21.11.2025). – doi: 10.30658/hmc.8.1

6. Richards R.J., Spence P.R., Edwards C.C. Human-machine communication scholarship trends: An examination of research from 2011 to 2021 in communication journals [Electronic resource] // Human-Machine Communication – №8. – 2022. – URL: <https://stars.library.ucf.edu/hmc/vol4/iss1/3/> (accessed: 21.11.2025). – doi: 10.30658/hmc.4.3.

СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ-СОЦИОЛОГОВ: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И КАРЬЕРНЫЕ ТРАЕКТОРИИ

К. В. Рипка

Новосибирский государственный университет

Экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, ripka06@inbox.ru

Научный руководитель: Филатов С. А., д.э.н., профессор

Статья рассматривает профессиональные ориентации студентов-социологов 1-4 курсов обучения и выявляет разрыв между уверенностью в правильности выбранной специальности и реальной готовностью работать в социологии. Большинство студентов ориентируются на прикладные профессии вне академической среды, что связано с дефицитом практического опыта и нечеткими карьерными перспективами по профилю образования. Полученные результаты указывают на необходимость совершенствования образовательных программ.

The article examines the professional orientations of sociology students from years 1 to 4 and identifies a gap between their confidence in the chosen specialty and their actual readiness to work in sociology. Most students lean toward applied professions outside the academic environment, which is linked to a lack of practical experience and unclear career prospects related to their education field. The results indicate the need to improve educational programs.

Профессиональное самоопределение студентов-социологов представляет собой значимую научную и практическую проблему в условиях современного, быстро меняющегося рынка труда [3]. Необходимость изучения новых, нелинейных карьерных стратегий молодежи, которые лишь фрагментарно описаны применительно к конкретным профессиональным группам, обусловлена существующим противоречием между объективно широкими возможностями профессии социолога и субъективно ограниченными, зачастую размытыми представлениями студентов о своих карьерных перспективах [4].

Данное явление требует глубокого изучения содержания и структуры профессиональных ориентаций студентов-социологов, а также выявления факторов, формирующих эти ориентации на различных этапах обучения [1].

В этом контексте особое значение приобретает теория социального капитала П. Бурдье, которая позволяет объяснить, как студенты конвертируют полученное образование в ресурсы для трудоустройства. Согласно концепции ученого, успех на рынке труда зависит не только от формальных компетенций, но и от способности активировать

социальные связи, накапливать культурный капитал и адекватно интерпретировать требования работодателей [2].

Проверка этого предположения потребовала эмпирического анализа процесса формирования профессиональных ориентаций на разных этапах обучения. Объектом исследования выступили студенты НГУЭУ 1- 4 курсов бакалавриата направления «Социология». Методом сбора данных избрано анкетирование, охватившее 150 респондентов (40% мужчин, 60% женщин).

Анализ уровня информированности студентов выявляет недостаточность знаний о карьерных траекториях: лишь 28% полностью информированы о возможностях, 30% испытывают сомнения, а 26% открыто признают недостаток информации. Это указывает на существование значительной когнитивной неопределенности относительно профессиональных перспектив.

Причины информационного дефицита частично объясняются структурой источников, через которые студенты получают знания о профессии. Информация поступает преимущественно из опосредованных каналов: преподаватели (48%), социальные сети (44%), сайт вуза (36%), старшие курсы (34%). При этом лишь 22% студентов получают информацию через собственный практический опыт, что демонстрирует дефицит прямого контакта с профессиональной деятельностью и препятствует формированию реалистичных представлений о профессии.

Выявленная недостаточность информации о реальных карьерных возможностях частично объясняет явное смещение профессиональных ориентаций студентов в сторону практико-ориентированных направлений. Академическая карьера привлекает только 20% студентов, при этом абсолютное большинство (66%) считают её непривлекательной или совсем непривлекательной. Обучающиеся, напротив, демонстрируют ясную предпочтительность прикладных секторов: коммерческий сектор привлекает 36% респондентов, государственное управление – 32%, некоммерческий сектор – 26%. Такое распределение свидетельствует о переориентации карьерных стратегий от традиционной академической траектории к разнообразным применениям социологического образования в практической сфере.

На уровне конкретных профессиональных направлений этот тренд проявляется ещё более явно. Маркетинговые и потребительские исследования вызывают интерес у 48% студентов, журналистика и медиасфера – у 44%, работа в НКО и социальных проектах – у 42%, управление персоналом – у 34%, в то время как традиционное преподавание социологии интересуется только 18% опрошенных.

Вышеупомянутое распределение интересов отчётливо демонстрирует инструментальное восприятие социологического образования студентами. Они рассматривают полученные компетенции – аналитические навыки, методологическую подготовку, умение работать с информацией – как универсальную платформу для входа в современные, быстро развивающиеся и высокооплачиваемые сферы экономики, а не как основу для специализированной профессиональной идентичности в рамках самой социологии.

Структура карьерных ценностей студентов дополнительно подтверждает прагматичность их профессиональных выборов. При выборе сферы занятости студенты руководствуются, в первую очередь, материальными соображениями: большинство студентов оценивают уровень заработной платы как «очень важный» критерий при выборе места работы, при этом не остаются без внимания такие критерии как интерес к содержанию работы и гибкий график.

Предпочтения студентов в отношении формата будущей работы дополнительно раскрывают логику их профессиональных выборов: 46% студентов отдают предпочтение стабильной офисной работе в организации, однако почти столько же (44%) рассматривают возможность создания собственного бизнеса, 38% видят себя фрилансерами или участниками проектных команд, а 28% еще не определились с предпочтительным форматом. Такая палитра выбора отражает не случайное колебание, а осознанную адаптацию студентов к реалиям современного, нестабильного рынка труда.

Завершающее противоречие, выявленное в исследовании, касается роли практического опыта в формировании профессиональной идентичности. Большинство студентов (58%) отчётливо осознают критическую важность стажировок и практического опыта как ключевых факторов успешного построения карьеры. Это демонстрирует высокий уровень рефлексии студентов относительно собственного профессионального становления.

Однако реальность существенно расходится с этим осознанием. Столько же студентов (58%) никогда не проходили ни одной практики или стажировки по социологии в ходе своего обучения. Дополнительно, 40% студентов, имеющих опыт работы, получили его вне специальности, что не способствует формированию профессиональной идентичности социолога. Результатом этого дефицита становится то, что 32% опрошенных открыто называют отсутствие практического опыта основным барьером на пути к профессиональной реализации.

Данное противоречие между осознанием необходимости практического опыта и его фактической недоступностью указывает на

системный сбой в образовательном процессе. Университет, как правило, предоставляет студентам теоретическую подготовку и методологические инструменты, но недостаточно активно обеспечивает им доступ к реальной профессиональной деятельности. Это создает ситуацию, при которой студенты с каждым годом обучения становятся всё более осведомлены о том, что им не хватает для успешного выхода на рынок труда, но не могут решить эту проблему в рамках существующей образовательной системы.

Полученные результаты выявляют комплексную систему противоречий, определяющих профессиональное становление студентов-социологов. Во-первых, недостаточность информации приводит к неясным представлениям о профессии. Во-вторых, смещение профессиональных приоритетов демонстрирует инструментальное восприятие образования. В-третьих, высокая уверенность в образовательном выборе контрастирует с низкой готовностью работать в социологии. В-четвёртых, осознание критичности практического опыта сочетается с его острой нехваткой. Основным выводом является то, что между идентичностью студента-социолога и его реальными карьерными траекториями существует растущий разрыв.

Комплексный характер полученных результатов позволяет использовать их не только для решения локальных проблем в подготовке социологов, но и для более широкого понимания процессов профессионального становления молодежи в условиях трансформирующегося рынка труда. Исследование демонстрирует, как образовательная система может быть лучше адаптирована к требованиям современной экономики, сохраняя при этом академическую качественность и критическую функцию высшего образования.

Литература:

1. Александрова Т. Л. Профессиональное самоопределение молодежи в изменяющемся обществе: новые вызовы и траектории: монография. М.: РУСАЙНС. 2021. – 198 с.
2. Савченко П. А. Понятие социального капитала у П. Бурдьё: трудности в интерпретации [Электронный ресурс] // Социология и право. – 2020. – №2 (48). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-sotsialnogo-kapitala-u-p-burdie-trudnosti-v-interpretatsii> (дата обращения: 22.11.2025)
3. Гришина Е. А. Ценностные ориентации и карьерные стратегии студенческой молодежи // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2020. – Т. 26. № 2. – С. 148-175.

4. Иванова И. В. Трансформация профессии социолога в России: запросы рынка и образовательные тренды // Социологические исследования. – 2022. – № 5. – С. 70-81.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ ДОСТАВКИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

А. Н. Скворцова, Э. С. Неринг

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, anskvrtsva@yandex.ru

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н, доцент

Исследование направлено на сегментацию целевой аудитории (студентов) — потребителей услуг доставки. Работа строится на проверке гипотезы о существовании трех ключевых сегментов: «Планирующие» (рациональные), «Гедонисты» (мотивированные удовольствием) и «Ситуативные» (спровоцированные обстоятельствами). Практическая цель — описание этих кластеров для разработки адресных маркетинговых стратегий.

The research is aimed at segmenting the target audience (students) — consumers of delivery services. The work is based on testing the hypothesis of the existence of three key segments: "Planning" (rational), "Hedonistic" (motivated by pleasure) and "Situational" (provoked by circumstances). The practical purpose is to describe these clusters in order to develop targeted marketing strategies.

Актуальность. Актуальность исследования обусловлена высокой конкурентной средой на рынке сервисов доставки, где ключевым фактором успеха становится персонализация взаимодействия с пользователем. Многие платформы демонстрируют недостаточную гибкость, предлагая унифицированный интерфейс и функционал без учета разнородных потребностей различных сегментов клиентов. Это приводит к снижению удобства использования, падению лояльности и потере заказов. Проводимое нами сегментирование направлено на решение этой проблемы, предоставляя компаниям рекомендации для точной настройки сервиса и повышения его эффективности.

Рынок услуг доставки продуктов питания в России является быстрорастущим сегментом электронной торговли. В научной литературе подробно исследованы общие аспекты этого рынка, включая анализ существующих конкурентных сервисов, а также методы его оптимизации. На концептуальном уровне разработаны ключевые положения маркетинговой теории, подтверждающие, что анализ и сегментация рынка (включая поведенческую сегментацию) являются необходимым этапом для разработки эффективных целевых стратегий

[1], а в сфере общественного питания существует специализированная классификация потребителей, основанная на готовности клиента к поездке, пребыванию и заказу еды, которая выделяет тип «Домосед» как характерного потребителя услуг доставки [2]. Однако, несмотря на общую изученность рынка и наличие теоретических подходов, в доступных источниках отсутствует детальный анализ, посвященный сегментации потребителей рынка услуг доставки продуктов питания на основе паттернов поведения, характерных для сегмента студенческой молодежи.

Целью исследования является выявление и характеристика устойчивых сегментов потребителей услуг доставки среди студенческой молодежи. Достижение цели планируется через проведение социологического опроса с последующей обработкой данных методами кластерного анализа. Результатом работы станет профилирование выделенных групп для их дальнейшего практического использования, а также предложения рекомендаций по улучшению персонализации платформ услуг доставки.

Мы выделили несколько задач, которые поспособствуют реализации нашего исследовательского проекта:

1. Провести анализ существующих маркетинговых платформ и теоретических подходов к сегментации.
2. Разработать программу эмпирического исследования, включая инструментарий для сбора первичных данных.
3. Реализовать кластерный анализ на основе полученных данных для формирования однородных групп потребителей.
4. Сформулировать практические рекомендации по адаптации функционала приложений доставки под особенности каждого выявленного сегмента.

Практическая необходимость данного сегментирования обусловлена недостаточной степенью персонализации функционала современных приложений доставки. В настоящее время многие сервисы не осуществляют глубокой сегментации пользователей, что приводит к предложению релевантного контента лишь усредненному потребителю. Следствием этого является снижение пользовательского опыта, увеличение времени на поиск подходящих товаров и, как итог, падение лояльности и частоты заказов. Предлагаемое в исследовании сегментирование, основанное на анализе потребительского поведения, позволяет выделить однородные группы. В перспективе данный подход может быть интегрирован в алгоритмы искусственного интеллекта для автоматической классификации пользователей и динамической адаптации интерфейса и предложений под конкретный сегмент.

Для изучения проблемы мы определили ряд ключевых блоков, которые станут основой для эмпирического анализа:

1. Поведенческие паттерны в использовании сервисов доставки. Частота обращения к доставке, объем и состав типичного заказа, а также мотивация совершения покупок.

2. Индикаторы адаптации к условиям потребления, а также специфические практики: предварительное планирование покупок, активное использование программ лояльности (скидки, бонусы, кэшбэк) и практика совместных заказов.

3. Детерминанты выбора и факторы, влияющие на решение. Чувствительность к стоимости, приоритет скорости выполнения заказа, требования к разнообразию ассортимента, значимость визуальной составляющей товара, а также использование встроенных функций приложений (рекомендации, подборки рецептов).

4. Типология потребительского поведения, проявляющаяся в четко выраженных и устойчивых моделях использования доставки, которые мы предварительно обозначили как "Планировщики", "Гедонисты", "Ситуативные пользователи" и "Ценители времени".

На основе разработанной структуры мы выдвигаем следующее ключевое предположение относительно результатов предстоящего исследования: поведенческие стратегии студенческой молодежи на рынке доставки продуктов структурированы в несколько различных кластеров (сегментов), каждый из которых обусловлен набором потребительских навыков. Мы ожидаем эмпирически подтвердить существование 3-4 таких групп.

В заключение подчеркнем, что услуги доставки превратились в элемент молодежного потребительского сценария, особенно среди студентов, которые быстро адаптируются к цифровым инновациям. Понимание их моделей потребления важно как для развития самих сервисов, так и для эффективного рыночного позиционирования.

С учетом этого, для достижения цели исследования — выделения сегментов потребителей рынка услуг доставки — планируется проведение анкетного опроса. Эмпирическим объектом исследования выступают студенты очной формы обучения вузов г. Новосибирска в возрасте 17-25 лет, являющихся активными пользователями сервисов доставки. Полученные результаты позволят выделить основные модели поведения, разработать профили сегментов и предложить конкретные рекомендации по их персонализированному обслуживанию.

Литература:

1. Советкин А. С. Анализ и сегментация рынка для разработки целевых маркетинговых стратегий [Электронный ресурс] // Практический маркетинг. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-segmentatsiya-rynka-dlya-razrabotki-tselevykh-marketingovykh-strategiy> (дата обращения: 24.11.2025).
2. Котляров И. Д. Модель сегментирования потребителей услуг общественного питания в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс] // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-segmentirovaniya-potrebiteley-uslug-obshchestvennogo-pitaniya-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 24.11.2025).
3. Евстафьева А.А., Кожухов И.С. Конкурентные преимущества компаний, реализующих продукцию посредством доставки, на примере онлайн-платформ Ozon и Wildberris [Электронный ресурс] // E-Scio. – 2023. – №1 (76). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnye-preimushchestva-kompaniy-realizuyuschih-produktsiyu-posredstvom-dostavki-na-primere-onlayn-platform-ozon-i-wildberris> (дата обращения: 24.11.2025).
4. Королёв Д.П., Виноградская М.Ю. Анализ сервисов, направленных на организацию доставки продуктов в России [Электронный ресурс] // Научные известия. – 2022. – №29. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-servisov-napravlennykh-na-organizatsiyu-dostavki-produktov-v-rossii> (дата обращения: 24.11.2025).
5. Лычакова А.Д. Сравнительный анализ рынка курьерской доставки продуктов питания в России и Европе // Инновационные технологии пищевых производств. – 2023. – С. 98-101.
6. Паплыка В.В. Анализ рынка e-commerce и сервиса доставки Яндекс. Лавка // МНСК-2022. – 2022. – С. 70-71.
7. Савельева В.Д., Сахбиева А.И. Потребительское поведение и сервисы доставки в сфере продуктов питания в условиях внедрения цифровых технологий // Общество, государство, личность: молодежное предпринимательство в поведенческой экономике в условиях цифровизации. – 2021. – С. 109-116.
8. Щиголев В.А. Динамика развития рынка доставки продуктов и товаров народного потребления за последние три года [Электронный ресурс] // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2021. – №1 (115). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-rynka-dostavki-produktov-i-tovarov-narodnogo-potrebleniya-za-poslednie-tri-goda> (дата обращения: 24.11.2025).

УЧЕБНАЯ МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ НГУЭУ

Д. Б. Содбоева, М. О. Непомнящих

Новосибирский государственный университет

Экономики и управления «НИНХ»,

г. Новосибирск, darrisq@yandex.ru

Научный руководитель: Мельникова А. С., ст. преп.

В данной статье представлены результаты исследования, направленного на анализ мотивации к учебной деятельности студентов НГУЭУ. Определен уровень учебной мотивации, проведен анализ по полу. Выявлены ключевые факторы и цели, влияющие на мотивацию.

This article presents the results of a study aimed at analyzing the motivation of NSUEM students to study. The level of academic motivation was determined, and an analysis was conducted by gender. Key factors and goals influencing motivation were identified.

Анализ современных исследований учебной мотивации студентов показывает её значительную трансформацию в условиях актуальных вызовов высшего образования. Исследования Осиповской А.В. свидетельствуют о доминировании профессионально-прагматических мотивов над познавательными при общем снижении мотивации к выпускному курсу [3]. Эти выводы коррелируют с данными Галкиной Е.Н., выявившей преобладание социальных мотивов и мотивов престижа в структуре учебной мотивации [1].

Современная педагогическая наука предлагает конкретные пути решения выявленных проблем. Экспериментальное исследование Пилосян Н.А. и Черепановой Т.В. подтверждает эффективность контекстного обучения в формировании устойчивой мотивации достижения [4]. Полученные данные обосновывают необходимость перехода к активным, практико-ориентированным методам, способствующим развитию внутренней мотивации и ответственности студентов за образовательные результаты.

Актуальность исследования определяется его ориентацией на ключевое противоречие современного высшего образования. С одной стороны, осознанный выбор специальности, соответствующий личным ценностям и профессиональным интересам, создаёт основу для высокой внутренней мотивации. С другой стороны, частый выбор специальности под влиянием внешних факторов - случайности, родительского мнения, доступности бюджета или проходного балла - ведёт к потере интереса, снижению вовлечённости или формированию сугубо прагматичной мотивации, ориентированной исключительно на получение диплома.

Целью данного исследования является выявление уровня и структуры учебной мотивации студентов, а также анализ основных факторов, влияющих на мотивацию их учебной деятельности.

Исследование проводилось методом анкетного опроса 52 студентов различных направлений подготовки 1-4 курсов НГУЭУ. Для изучения учебной мотивации использовались методики, описанные в работе Толстовой Ю.Н. "Измерение в социологии" [5]: метод логического квадрата (анализ целей обучения), метод логического прямоугольника (оценка удовлетворенности качеством образования) и шкала Лайкерта (измерение отношения к различным аспектам обучения).

В рамках применения метода "логический квадрат" респондентам задали два вопроса: "Главной целью моего обучения в ВУЗе является получение диплома и квалификации для построения карьеры" и "Главной целью моего обучения в вузе является саморазвитие и прокачка навыков?" (возможные ответы: "да", "нет", "затрудняюсь ответить").

Ответы респондентов распределились следующим образом:

- 63% респондентов считают значимыми обе цели одновременно;
- 15% выбрали в качестве главного приоритета только одну из предложенных целей (из них - 5% - получение диплома, 10%-саморазвитие);
- 13% затруднились с ответом на один из вопросов, а на второй смогли ответить;
- 8% либо не видят значимости в этих целях (6%), либо затруднились с ответом на оба вопроса (2%).

Анализ выявил преобладание комплексной учебной мотивации у большинства студентов (63%). Для них получение диплома и саморазвитие выступают взаимодополняющими целями, что отражает зрелый подход к образованию, сочетающий прагматизм и личностный рост. При этом сохраняется разнообразие мотивационных профилей: 15% респондентов ориентированы на одну цель, 13% демонстрируют неопределённую позицию, а 8% отрицают значимость предложенных целей.

В рамках второго метода – построения "логического прямоугольника" респондентам было задано 3 вопроса: "Считаете ли вы, что ваша будущая профессия перспективна в настоящее время?", "Знания, которые вы получаете, являются актуальными на сегодняшний день?", "Ваше образование дает вам практические навыки, необходимые для работы, карьеры?" (возможные ответы: "да", "нет", "затрудняюсь ответить"). На основе полученных данных, каждому респонденту была присвоена оценка удовлетворенности качеством обучения. Результаты анализа показали:

- 60% опрошенных демонстрируют целостное позитивное восприятие образовательной системы;
- 10% респондентов дали положительные оценки по двум из трех критериев;
- 2% студентов ограничились одной положительной оценкой, при этом не было зафиксировано ни одного случая полностью негативной оценки по всем трем параметрам.;
- 28% выборки были исключены из анализа в связи с затруднением ответить на один из вопросов.

Анализ показал преобладание позитивного отношения к высшему образованию: 72% студентов рассматривают обучение как целостный процесс, обеспечивающий перспективной профессией, актуальными знаниями и практическими навыками, что служит важным мотивирующим фактором. Однако 28% респондентов, затруднившихся с оценкой, указывают на необходимость усиления информационной прозрачности и коммуникации между вузом и студентами для укрепления образовательной уверенности.

Также в исследовании была использована пятибалльная шкала Лайкерта (где 5 баллов – полное согласие респондента с утверждением, 1 балл – полное несогласие), предполагающая оценку респондентами степени своего согласия с 10-ю утверждениями, описывающими их учебную мотивацию и академическое поведение (табл. 1).

Таблица 1 – Оценка утверждений в баллах

Утверждение	Ме	Утверждение	Ме
Я уверен в том, что смогу успешно освоить программу своего курса.	4,5	Моя специальность не пригодится мне в будущем.	3,0
Я считаю, что получение высшего образования даст мне стабильность в будущем.	4,0	Чаше всего я учусь, чтобы избежать неприятностей (отчисление, выговор).	3,0
Я получаю настоящее удовольствие от процесса обучения и получения новых знаний.	4,0	Я получаю удовольствие от участия в конференциях и написании статей.	3,0
Я активно участвую в обсуждении тем на парах.	4,0	Мне редко бывает интересно на занятиях	3,0
Мне проще найти короткие пути (купить работу, списать), чем разобраться самому в задании.	4,0	Я выполняю только обязательный минимум работ	2,0

Анализ данных выявил сложную структуру учебной мотивации студентов. Максимальное согласие респонденты проявляют в отношении суждений, характеризующих их уверенность в академических способностях и осознание ценности образования, однако при этом демонстрируют выраженный прагматизм и склонность к использованию "коротких путей" для достижения результата. Это свидетельствует о преобладании внешней мотивации над внутренней.

Низкие оценки по величине медианы характерны для утверждений:

- "Я получаю удовольствие от участия в конференциях и написании статей" ($Me=3,0$);
- "Мне редко бывает интересно на занятиях" ($Me=3,0$);
- "Моя специальность не пригодится мне в будущем" ($Me=3,0$);
- "Я выполняю только обязательный минимум работ" ($Me=2,0$).

Низкие медианы указывают на дефицит глубинной вовлеченности и формирование "тактического" подхода к обучению.

В гендерном разрезе выявлены как сходства, так и различия оценок. Мужчины и женщины демонстрируют схожий уровень уверенности в своих силах и вовлеченности в учебный процесс. Однако мужчины проявляют большую инструментальную мотивацию, рассматривая образование как гарантию стабильности, и чаще испытывают скуку на занятиях. Женщины же демонстрируют более выраженную мотивацию избегания неудач и стратегический подход.

Анализ предложений студентов по улучшению учебного процесса выявил три приоритетных направления изменений. Большинство респондентов (68%) выступают за оптимизацию учебного плана, указывая на необходимость устранения дублирования материала и пересмотра нагрузки для ее равномерного распределения. Значительная часть опрошенных (60%) поддерживает внедрение современных форматов обучения, включая увеличение доли практико-ориентированных занятий с разбором реальных кейсов. Также 45% студентов считают важным развитие системы обратной связи через регулярную оценку преподавателей и улучшение их методической поддержки.

Таким образом, исследование выявило комплексный характер учебной мотивации студентов НГУЭУ с доминированием интегративной мотивации, сочетающей карьерные цели и саморазвитие. Большинство студентов позитивно оценивают образовательную среду, перспективы профессии и практическую направленность обучения. Однако обнаруженный дефицит внутренней мотивации, проявляющийся в слабой вовлеченности в научную деятельность и ориентации на минимальные требования, обуславливает необходимость внедрения

активных, практико-ориентированных методов обучения для усиления учебной мотивации.

Литература:

1. Галкина Е.Н. Мотивация учебной деятельности в ВУЗе [Электронный ресурс] // Мир науки. Педагогика и психология. – 2017. – №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-uchebnoy-deyatelnosti-v-vuze?ysclid=mij04m0ji0267107650vuze> (дата обращения: 21.11.2025).
2. Кулаков А.П. Измерение в социологии: учеб. пособие / Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Новосибирск: НГАСУ (Сибстрин), 2005. – 124 с.
3. Осиповская А.В. К вопросу о мотивации учебной деятельности студентов [Электронный ресурс] // Экономический журнал. – 2013. – №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-motivatsii-uchebnoy-deyatelnosti-studentov?ysclid=mij055923q330047429> (дата обращения: 21.11.2025).
4. Пилюсян Н.А., Черепанова Т.В. Формирование и особенности мотивации учебной деятельности у студентов [Электронный ресурс] // Физическая культура, спорт - наука и практика. – 2008. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-osobennosti-motivatsii-uchebnoy-deyatelnosti-u-studentov?ysclid=mij05lnsa4898412859> (дата обращения: 21.11.2025).
5. Толстова Ю.Н. Измерение в социологии: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 040201 Социология и 040102 Социальная антропология. – М.: КДУ, 2007. – 287 с.

ВЛИЯНИЕ ТИКТОК НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОКОЛЕНИЯ АЛЬФА

Э. Ю. Сысолетина, А. Ю. Ерёменко

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, elinasisoletina@gmail.com

Научный руководитель: Бельская Ю. В., к.э.н., доцент

Поколение Альфа (2010-2025гг.) – первая когорта, выросшая в цифровой среде, для которой TikTok стал ключевым каналом социализации и формирования ценностей. Исследование посвящено выявлению механизмов и степени влияния TikTok на потребительское поведение этой группы. Статья рассматривает, как контент платформы формирует отношение к материальным ценностям и

стимулирует совершение покупок. Анализируется феномен «эффекта Сепфоры» и оценивается доля TikTok-мотивированных покупок среди Альфа.

Generation Alpha (2010–2025) is the first generation to grow up in a fully digital environment, where TikTok has become a key channel for socialization and value formation. The study analyzes the mechanisms and extent of TikTok's influence on Alphas' consumer behavior. It examines how the platform's content shapes attitudes toward material values and stimulates purchases, including the "Sephora effect." The share of Alphas' purchases motivated by TikTok is estimated.

Поколение Альфа (рожденные в 2010–2025 гг.) является первым в истории, полностью сформировавшимся и выросшим в условиях повсеместного распространения цифровых технологий, смартфонов, искусственного интеллекта и постоянного доступа к интернету. В отличие от миллениалов и поколения Z, которые осваивали социальные сети и цифровые устройства в сознательном возрасте, для поколения Альфа эти среды являются естественной и неотъемлемой частью их существования с младенчества.

Социальная сеть TikTok занимает ключевое место в жизни детей поколения Альфа, выступая для них не только как платформа для развлечений, но и как основной канал социализации, источник информации, а также мощный инструмент формирования их вкусов, норм поведения и потребительских желаний.

Данное исследование сосредоточено на изучении конкретных механизмов и степени влияния TikTok на потребительское поведение детей в возрасте 10–15 лет, анализируя формирование отношения к материальным ценностям, процессы конвертации просмотра контента в желание покупки, эффективность различных приемов воздействия.

На 2025 год возраст поколения Альфа составляет от 0 до 15 лет, при этом настоящее исследование акцентирует внимание на старшей группе — детях 10–15 лет.

Ключевые черты Альфа как цифрового поколения:

Цифровая нативность: интуитивное и бесшовное взаимодействие с цифровыми технологиями.

Короткая концентрация внимания: привычка к быстрому переключению между контентом и потребность в динамичной подаче информации.

Высокая чувствительность к трендам: активное отслеживание и стремление следовать актуальным тенденциям.

Активное участие в создании контента: не только потребление, но и активное производство и распространение собственного цифрового контента.

Постоянная и наглядная демонстрация брендовых и люксовых товаров на платформе (даже если эти вещи принадлежат взрослым или старшим инфлюэнсерам) приводит к очень раннему формированию устойчивых брендовых предпочтений у детей. Вирусные челленджи и популярные звуки активно привязывают определенные товары к социальному участию, создавая у детей ощущение, что «без этой вещи ты не сможешь быть в тренде» или полноценно участвовать в актуальных социальных феноменах.

Нативная реклама и пользовательский контент (UGC – user-generated content) на TikTok эффективно стирают грань между обычным, органическим видео и целенаправленной рекламной интеграцией, делая рекламу менее заметной и более убедительной. Короткий формат видео, в сочетании с яркими эмоциями, динамичной музыкой и визуальной привлекательностью, способствует формированию мгновенного, сильного и часто импульсивного потребительского желания, которое дети активно транслируют своим родителям. TikTok знакомит поколение Альфа с категориями «взрослых» товаров (таких как сложные косметические продукты) значительно раньше, чем это происходило с любым предыдущим поколением. Платформа активно навязывает определенные стандарты красоты и создает иллюзию, что упомянутые косметические и уходовые продукты являются «обязательными» для достижения этих стандартов, даже для детской кожи, не имеющей очевидных показаний к их использованию.

Согласно опросам, TikTok является одним из главных или даже главным источником идей для подарков и покупок, которые дети запрашивают у своих родителей. Только TikTok способен создавать мгновенный и широкомасштабный массовый спрос на вирусные товары, чего почти не удастся достичь другим медиаканалам. TikTok как источник конкретных запросов: Дети очень часто приносят родителям скриншоты, ссылки и названия конкретных товаров, увиденных именно в TikTok, в качестве прямого запроса на покупку. Модная одежда, кроссовки, рюкзаки и аксессуары с узнаваемыми логотипами или соответствующие актуальным трендам. Взрослая косметика и уходовые средства. Трендовые сладости, газировка и снеки, часто имеющие необычный вид или вкус, завирусившиеся на платформе. Внутриигровые покупки: Скины, игровая валюта и подписки для популярных онлайн-игр, таких как Roblox, Fortnite, Minecraft.

TikTok как мощнейший инструмент потребительского поведения TikTok как не просто соцсеть, а ключевой фактор влияния: Для поколения Альфа TikTok выходит за рамки обычной социальной сети и становится мощнейшим, всеобъемлющим инструментом, активно

формирующим и направляющим их потребительское поведение на всех уровнях.

Литература:

1. Munoz T. B. TikTok's influence on Generation Z's buying habits and behavior [Electronic resource] // Florida International University Graduate Student Capstone Projects. – 2022. – URL: <https://digitalcommons.fiu.edu/gsc/10/> (accessed 15.11.2025).

2. Fit Small Business. Gen Alpha consumers: Who they are, key behaviors & how to market [Electronic resource] // Fit Small Business Analysis. – 2025. – URL: <https://fitsmallbusiness.com/gen-alpha-consumer-behavior/> (accessed 11.11.2025).

3. Britopian. Gen Alpha in 2025: Identity, digital influence & purchasing power [Electronic resource] // Britopian Insights. – 2025. – URL: <https://www.britopian.com/wp-content/uploads/2025/03/Gen-Alpha-2025-Identity-Digital-Influence-Purchasing-Power.pdf> (accessed 20.11.2025).

4. Чудакова Е. А. Исследовательская работа на тему: “Тик Ток в жизни подростка” [Электронный ресурс] // Видеоуроки.net. – 2021. – URL: <https://videouroki.net/razrabotki/issliedovatiel-skaia-rabota-na-tiemu-tik-tok-v-zhizni-podrostka.html?ysclid=miiumpj5az820839043> (дата обращения 01.11.2025).

5. Исследование влияния социальной сети TikTok на формирование общественных настроений и культурных трендов в современном обществе [Электронный ресурс] // Nagoroh.ru. – n.d. – URL: <https://nagoroh.ru/p/project/vliyanie-socialnoy-seti-tik-tok-na-sovremennoe-obshchestvo-2?ysclid=miiulavdj8448356722> (дата обращения 25.10.2025).

ПРИРОДА ВОЗНИКНОВЕНИЯ АМБИВАЛЕНТНОСТИ В КОММУНИКАЦИИ «ЧЕЛОВЕК-МАШИНА»

А. С. Удовыдченко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, pudovydchenko6@mail.ru**

Научный руководитель: Игнатьев В. И., д.ф.н., профессор

Автором исследуется эффект амбивалентности в коммуникации «человек машина» и эффект «зловещей долины» как следствие этой коммуникации. Выявлены причины возникновения амбивалентности, механизм возникновения и возможность его преодоления.

The author studies the effect of ambivalence in human-machine communication and the «Uncanny Valley» effect as a consequence of this communication. The causes of ambivalence, its mechanism, and the possibility of overcoming it are identified.

Понятие «амбивалентность» ввел один из крупнейших психиатров XX в. Эйген Блейлер (Eugen Bleuler). Он охарактеризовал это явление как сосуществование взаимно исключающих противоречий в душах людей [1]. Австрийский психолог Зигмунд Фрейд (Sigmund Freud) считал, что амбивалентность является одним из антагонистических свойств человеческой природы. Оно проявляется не только в отношении к другим, но и к самому себе [9]. Следовательно, амбивалентность выступает как симбиоз полярных мнений, суждений и эмоций человека.

Во время общения с другими индивид испытывает двойственные эмоции на ответы собеседника. Как человек реагирует на неживого собеседника? Коммуникация между человеком и устройством всегда будет специфичной, поскольку вторым участником выступает техносубъект — устройство, имеющее подобие интеллекта и способность вести человеческую беседу. Во время общения с таким собеседником индивид всегда испытывает эффект «зловещей долины». «Зловещая долина» (Uncanny Valley) — это «видимые несоответствия, возникающие как результат мельчайших неточностей при копировании человеческих черт, приводят к тому, что взаимодействие с роботом, который выглядит как «почти человек», но «еще не человек», становится непереносимым» [7, с. 94]. Например, человек смотрит в глаза роботу, но он слишком медленно моргает. Неосознанно человек ожидает естественное моргание глаз, но робот дает сбой и вызывает у индивида страх, отторжение. Этот феномен возникает не всегда, а при определенных условиях. Например, гуманоидный робот неестественно улыбнулся или не смог поддержать разговор с человеком. Любое несоответствие устройства человеческому поведению вызывает у индивида отторжение и страх перед Другим.

Почему возникает амбивалентность? Предполагается, что проблема возникает из-за осознания человеком, что перед ним неживое существо. Искусственный интеллект, виртуальные помощники — это объекты, созданные человеком. Когда индивид начинает осознавать, что перед ним неживое устройство, которое говорит об эмоциях и старается вести себя антропоморфно, возникает амбивалентность как неопределенность, препятствие между существующим в реальности и за пределами реального, общепринятым и невиданным. В процессе коммуникации между человеком и машиной индивид испытывает двойственные чувства. Он не понимает, как позиционировать устройство: как человека или как машину. С одной стороны, это бот, созданный человеком. С

другой стороны, устройство проявляет антропоморфные признаки: пытается шутить, проявляет эмоциональность с помощью красноречивых оборотов. Неспособность правильно идентифицировать устройство вызывает когнитивный диссонанс — несоответствие ожидания и реальности. В этом случае, машина выступает как источник ошибки или сбоя в системе. Устройство с ИИ не является обычной машиной, но и не человеком. Следовательно, идентифицировать «это» человек не может. От неизвестности возникает страх и эффект «зловещей долины». Человек неосознанно попадает в когнитивный диссонанс, выйти из которого поможет только отказ от коммуникации.

Однако эффект «зловещей долины» появляется не всегда. Масахиро Мори утверждал, что человеку легче общаться с роботом до определенного момента - когда робот или устройство становится чрезмерно антропоморфным [12]. Человек не будет испытывать амбивалентность к принтеру, поскольку тот не проявляет антропоморфные признаки и выполняет заложенные в него задачи. Если не переходить грань антропоморфизации машины, то робот может принести пользу обществу. Так, европейские исследователи П. Дюмушель и Л. Дамиано, дополняя график М. Мори, отмечают, что после провала кривой, появляется снова желание коммуницировать с роботом. Однако робот должен позиционироваться, как «сверхчеловек», божество (например, робот в образе Будды). Эта зона называется «робот более человек, чем сам человек» [11]. Иными словами, если машина будет на одном уровне с человеком, она будет отторгаться. Однако, если она будет восприниматься как божество, то есть вероятность преодоления этого феномена.

Почему восприятие амбивалентно? Устройство для человека является Чужим. Человек не знает, что это такое и не привык с ним взаимодействовать на равных. В момент возникновения амбивалентности человеческий мир находится под угрозой. Человеку необходимо идентифицировать Чужое, «чтобы мир вновь оказался пригодным для существования» [4, с. 27]. Невозможность истолковать машину вызывает когнитивный диссонанс, который воспринимается как тупик, неспособность интерпретировать ситуацию. Как следствие — невозможность эффективно коммуницировать. Когнитивный диссонанс возникает из-за незавершенности формирования образа Другого.

Несмотря на парадоксальность ситуации, неспособность машины быть человеком, делает ее машиной. Неспособность робота дать осознанный ответ, не восприятие нечеткой речи, неестественность для людей движений робота, непонимание косвенных речевых актов — это проблемы, возникающие в коммуникации с роботом [5]. Современные

технологии открывают новые горизонты для общения и культурного выражения, но в то же время они могут служить инструментами контроля и коммерциализации, ограничивая подлинные человеческие связи и самовыражение [8]. Человек является уникальным существом на планете Земля, поскольку мы обладаем способностью к творчеству, анализу ситуации, проявлению эмоций и управлять своими инстинктами. Предполагается, что невозможно внедрить в устройство то, что мы сами в себе не понимаем. До сих пор человечество изучает происхождение эмоций, интуиции, мозга, мышления и пр. Если в будущем человечество изучит все неизученные аспекты человека и внедрит в искусственный интеллект, тогда человечество потеряет свою уникальность. Уже сейчас нейросети могут создавать творческий контент, самообучаться и решать неструктурированные задачи [6]. Если в устройство внедрить человеческие эмоции, душу, мышление, интуицию, оно получит преимущество над человеком. Человек имеет предел – смерть, которая означает апогей своих возможностей и потенциала [3]. У машины есть преимущество – техническое бессмертие, поскольку она создана человеком и разработчики способны починить ее. Если машина станет совершенной, тогда есть угроза потери человечества. Человек потеряет свое уникальное предназначение как мыслящего существа [6].

Амбивалентность в коммуникации человека и устройства возникает не только из-за инстинктов, так как перед ним неизвестное существо. Но и выступает как сопротивление, отказ воспринимать действительность. Человек боится потерять свою уникальность. Амбивалентность вызывает более глубокий, экзистенциальный страх – потерю человечества как вида и самого себя.

Возможно ли преодоление амбивалентности? Существует сфера «Между» (*des Zwischen*), предложенная философом Мартином Бубером (Martin Buber). Это социальная реальность, в котором каждое явление связано с другим через логическое промежуточное пространство, осмысливаемое человеком [2]. Автор утверждает, что сфера «Между» является истинно человеческой. Амбивалентность – это важный аспект человеческих отношений и взаимодействий, и для эффективного функционирования и преобразования своих действий людям необходимо уметь маневрировать между противоположностями и учитывать сложность своих отношений и ситуаций. В таком случае, амбивалентность может стать катализатором для более глубокого понимания себя и своего места в мире [10]. Для преодоления амбивалентности человек должен принять ее. Если индивид будет учитывать причину возникновения амбивалентности при коммуникации с устройством, то сможет перейти на более глубокий уровень познания и

амбивалентность станет преодолимой. Однако, такой исход событий невозможен, так как индивид испытывает страх и недоверие к устройству.

Таким образом, амбивалентность в коммуникации человека с машиной выступает как противостояние машине и борьба за собственное существование.

Литература:

1. Блейлер Е. Аффективность, внушение, паранойя. – М: Центр психол. культуры, 2001. – 206 с.
2. Бубер М. Два образа веры. – М: Республика, 1995. – 230 с.
3. Галкин И. Г. Анализ проблем трансгуманизма на примере концепции цифрового бессмертия // Труды Саратовской православной духовной семинарии. – 2025. – № 2 (29). – С. 56–79. DOI: 10.56621/27825884_2025_29_56.
4. Довгополова О.А. Амбивалентность как характеристика образа чужого // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 1(2). – С. 26-31.
5. Игнатъев В. И., Спиридонова К.И. Проблема техноантропной дихотомии проекта «социальный робот»: онтосинтез в коммуникации // Социология науки и технологии. – 2023. – Т.14, № 2. – С. 92-105.
6. Салганова Е.И., Бредихин С.С., Щетинина Е.В. Цифровые и нейротехнологии в социокультурном пространстве как предмет социологического анализа // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2025. – Т. 25, № 1. – С. 31–40.
7. Столбова Н.В., Середкина Е.В., Мышкин О.С. Насколько «Зловещая долина» зловеща на самом деле? Опыт де конструкции дискурса // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2022. – № 1. – С. 91–107. DOI: 10.17072/2078-7898/2022-1-91-107.
8. Тютченко Д.А. Поэтичность техники: переосмысливая Хайдеггера в условиях позднего капитализма // Философия и общество. – 2024. – № 1. – С. 53–71. DOI: 10.30884/jfio/2024.01.04.
9. Фрейд З. Психология бессознательного. –М: Просвещение, 1990. – 168 с.
10. Цветухина Е.А. Феномен амбивалентности в проекте бытия человека // Ценности и смыслы. – 2014. – №5 (33). – С. 100-105.
11. Dumouchel P., Damiano L. Living with Robots / Harvard University Press. – Cambridge, 2017. – 280 p.
12. Mori M. Bukimi no tani [The uncanny valley] // Energy. – 1970. – Vol. 7, N. 4. – P. 33–35.

ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГАДЖЕТОВ СТУДЕНТАМИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ТРАНСПОРТЕ

А. А. Холодилова, Е. А. Высоцкий, М. А. Тененев
Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, misha022007@gmail.com
Научный руководитель: Рязанова Т. А., ст.преп.

Исследование посвящено практикам использования смартфонов и наушников студентами в общественном транспорте в городе Новосибирске. Наблюдение проводилось в октябре 2025 г. (n = 120 сессий) в автобусах, трамваях и метро, велось в часы пик (7–9 ч. и 17–19 ч.) и вне их; маршруты пролегли преимущественно к НГТУ). Результаты подтверждают, что интенсивность использования зависит от внешних факторов.

The study is devoted to the practice of using smartphones and headphones by students in public transport in Novosibirsk. The observation was conducted in October 2025 (n = 120 sessions) on buses, trams and the subway, conducted during rush hours (7-9 hours and 17-19 hours) and outside them; routes ran mainly to the NSTU). The results confirm that the intensity of use depends on external factors.

Смартфоны и наушники стали неотъемлемыми элементами повседневного опыта студенческой молодежи, включая их использование в общественном транспорте г. Новосибирска. Использование гаджетов влияет на способы коммуникации между людьми, потребление информации ими и организацию времени. Пространство общественного транспорта — это особая среда, для которой характерно ограниченное физическое пространство, приходится соседствовать с незнакомыми людьми, временный характер пребывания.

Постоянное погружение в экран в публичном пространстве может менять модели взаимодействия (общения) и увеличивать уровень стресса у молодых людей. Использование гаджетов меняет практики социального взаимодействия в публичном пространстве, происходит снижение визуального контакта, формирование «персональных зон», новые формы коммуникации и т.д.

Объектом нашего социологического исследования выступили студенты в возрасте 18–25 лет, использующие общественный транспорт (метро, автобусы, трамваи) для перемещения по городу Новосибирску.

Предметом исследования стали повседневные практики использования смартфонов и наушников студентами в общественном транспорте города Новосибирска.

Целью исследования было изучение практики повседневного использования гаджетов студентами в общественном транспорте.

Нами был использован метод включенного наблюдения. Выбор метода наблюдения связан с интеракционистским теоретическим подходом, в рамках которого подчёркивается значимость изучения повседневных взаимодействий и значений, придаваемых им людьми [1] [4]. Это делает прямое наблюдение ключевым инструментом для анализа в нашем исследовании.

Категорию студентов определяли исходя из того, что визуально похожи на подходящую нам возрастную группу (возраст, носят рюкзаки с разными значками, неформальный (свободный, демократичный) стиль одежды, расплачиваются студенческой картой, общаясь обсуждают тему учебы, смотрят на время-торопятся).

Наблюдение проводилось в течение одного месяца – октября 2025 года, в автобусах, трамваях, метро в разное время суток (маршруты пролегали в основном по направлению к НГТУ), наибольший интерес представляли 7-8 часов и 17-19 часов, так как это часы пик, когда студенты едут на учебу и обратно и в это время добираемся сами до университета. А также наблюдали не в часы пик. Результаты сильно отличаются, на разницу в результатах и интенсивность использования гаджетов, повлияли следующие внешние факторы: время суток, трафик, погода, длительность поездки, заполненность салона и т.д.

В результате наблюдения было выявлено, что в часы высокого траффика частота использования – высокая, но продолжительность- не самая большая (3 мин), в случае же с низкого ситуация противоположная- частотакратно более низкая, но и продолжительность в 2 раза выше, ее уже можно назвать «долгой» (7-10 мин). Говоря об основных видах используемого контента, осуществляемого через гаджеты, то это в основном прослушивание музыки/аудиоконтента, общение, носящие развлекательный характер.

Описательная часть:

1. Частота и продолжительность использования телефона в часы пик: невысокая продолжительность, но высокая частота, в другое время- наоборот

2. Пространственные практики:

Положение телефона в часы пик: в кармане, в другое время- на коленях, наушники: беспроводные TWS

3) Ориентация тела: в часы пик более зажатое состояние, в другое время- более расслабленное

4) В часы пик персональная зона, можно сказать, отсутствует, в остальное время- либо расставленные локти, либо рюкзак на соседнем месте

3. Социальное взаимодействие:

1) Визуальный контакт с окружающими: есть, но часто мимолетный

2) Реакция на близких пассажиров зачастую вежливая

3) Коммуникация с попутчиками происходит редко, и кратко

4. Типы активностей: в часы пик- прослушивание музыки/аудиоконтента, в остальное время- общение

1) Выражение лица зачастую увлеченное или сосредоточенное

2) Поза зачастую нервная и закрытая

3) Реакция на внешние раздражители в часы пик куда более бурная и резкая

6 Контекстные факторы: интенсивность использования гаджетов (наша субъективная шкала)

1) Время суток: днем наивысшая интенсивность

2) Погодные условия: наивысшая интенсивность при снегопаде

Оценочная часть:

1. Общий характер использования телефона: зачастую фрагментарный (короткие сеансы между паузами)

2. Роль телефона в социальном взаимодействии: это либо "Центр развлечений" (способ занять время/скрасить поездку), либо "Социальный мост" (общение с отсутствующими)

3. Уровень погруженности в цифровую среду на наш взгляд- средний

Использование гаджетов в общественном транспорте стало для студентов неотъемлемой частью повседневности, выполняющих в основном **развлекательную** функцию (борьба со скукой). Привычка воспринимается как удобная и психологически полезная, что объясняет её устойчивость и нежелание от неё отказываться. Влияние гаджетов на ментальное состояние оценивается преимущественно положительно, что противоречит исходному опасению о росте стресса из-за информационной перегрузки. Гаджеты трансформируют социальное взаимодействие студентов: снижается визуальный контакт с попутчиками;

– формируются «персональные зоны» (рюкзак на соседнем сиденье, расставленные локти);

– устройство становится «щитом» от нежелательного общения.

Психологический эффект оценивается студентами позитивно: привычка воспринимается как комфортная и помогающая снизить стресс, вопреки ожиданиям об информационной перегрузке.

Практическая значимость результатов:

- оптимизация дизайна транспортных пространств (например, зоны для работы/отдыха);
- разработка сервисов общественного транспорта (Wi-Fi, зарядные устройства);
- понимание медиапотребления молодёжи для маркетинговых и образовательных проектов.

Литература:

1. Мид Дж.Г. Аз и я [Текст] // Социальная психология. Хрестоматия / сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С. 11–30
2. Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод [Текст] / Г. Блумер; пер. с англ. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2022. – 174 с.

ИИ И РЫНОК ТРУДА: ВЛИЯЕТ ЛИ АКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМООПРЕДЕЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

А. В. Хромова

**Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, alna.khromova.05@mail.ru**

Научный руководитель: Малов Е. А., к.соц.н., ст. преп.

Статья рассматривает влияние стремительного развития технологий искусственного интеллекта на профессиональное самоопределение современной студенческой молодёжи. В работе приводится обобщённая информация об ИИ, его влиянии на рынок труда и на выбор будущей профессии молодыми людьми. Представлены результаты социологического исследования среди студентов НГТУ.

The article examines the impact of the rapid development of artificial intelligence technologies on the professional self-determination of modern students. The paper provides generalized information about AI, its impact on the labor market and on the choice of a future profession by young people. Sociological study's results conducted among NSTU students are presented.

Стремительное развитие технологий искусственного интеллекта и нейронных сетей стало одним из ключевых технологических трендов начала XXI века. Несмотря на широкое распространение термина «искусственный интеллект», строгого и общепринятого определения - нет. В целом, искусственный интеллект (он же ИИ) – это область компьютерной науки, в широком смысле – интеллект, демонстрируемый машинами, в частности компьютерными системами. Термин «искусственный интеллект» был введён американским исследователем Джоном Маккарти в 1955–1956 гг., хотя работы, относящиеся к этой сфере, начались задолго до того. Сегодня уже трудно удивить общество достижениями ИИ: «победами алгоритмов над сильнейшими игроками в го, созданием музыкальных произведений и художественных изображений, прогнозированием пространственной структуры белков с помощью нейросетей и другими результатами, которые ещё десятилетие назад показались бы нам фантастическими» [5, с. 15].

Рынок труда неизбежно претерпевает глубокие изменения: растёт уровень автоматизации, повышается производительность, происходит перераспределение рабочей силы и другие структурные сдвиги. В условиях таких преобразований в обществе закономерно формируются опасения, связанные с возможной заменой человеческого труда искусственным интеллектом и ростом безработицы. Например, в своём исследовании Д. В. Киселёв, А. А. Солодков и А. М. Скаредин отмечают вероятность возникновения масштабной безработицы в отдельных сферах экономики [3], но в исследовании В. К. Левашова и О. В. Гребняка установлено, что общество воспринимает искусственный интеллект одновременно как источник рисков и как новую возможность [4]. А. А. Дружинина также подчёркивает, что человечество уже сталкивалось с подобными историческими процессами: «когда-то мы уже пережили промышленную революцию, автоматизировавшую часть работы на заводах и при этом повлёкшую за собой целую серию бунтов, но, в конце концов, старые профессии просто заменились на новые, более актуальные» [1]. Кроме того, ряд исследований указывает на то, что автоматизации подвергаются не профессии в целом, а конкретные функции и задачи внутри них. Это позволяет сохранять саму профессию, трансформируя лишь её содержание. Поэтому, по мнению А. Н. Свинцова, заместителя председателя комитета Госдумы по информационной политике, информационным технологиям и связи, в краткосрочной перспективе вероятность масштабных сокращений и роста безработицы вследствие внедрения ИИ и нейросетей остаётся низкой [6].

Согласно Э. Эриксону, возрастной период от старшего подросткового до юношеского возраста (примерно 15–23 года) принято считать ключевым этапом профессионального самоопределения, и именно в это время человек сталкивается с важнейшим кризисом развития — «Идентичность против смешения ролей» [7]. Удачное решение данного кризиса во многом зависит от успешного выбора профессионального пути, который становится основой формирования целостной личностной идентичности. Если же этот процесс оказывается нарушен, возникает ролевое смятение, повышенная тревожность и снижение самооценки.

Современные молодые люди по-прежнему стремятся выбирать профессию, опираясь на собственные интересы, особенности характера и привлекательность самой деятельности [2]. Однако и без того напряжённый период выбора будущей карьеры осложняется стремительными технологическими и социально-экономическими трансформациями. Одни профессии утрачивают актуальность, но и появляются новые; всё более распространёнными становятся частая смена сфер занятости и удалённая работа. Работодатели же всё активнее предъявляют требования к цифровой грамотности, soft-навыкам и способности быстро адаптироваться — именно к тем качествам, которые пока слабо поддаются автоматизации.

С целью определения отношения студенческой молодёжи к цифровой трансформации рынка труда под воздействием ИИ, а также анализа того, как эти процессы отражаются на выборе будущей профессии, было проведено исследование среди 115 студентов Новосибирского государственного технического университета. Исследование осуществлялось методом анкетирования, структурированного по блокам и включавшего как закрытые вопросы с готовыми вариантами ответов, так и открытые, предполагающие развернутые комментарии респондентов.

По результатам опроса выяснилось, что абсолютное большинство респондентов хотя бы в общих чертах осведомлены о технологиях искусственного интеллекта, и почти каждый второй считает себя хорошо осведомлённым, что говорит о высокой информированности студенческой аудитории, при этом 71% опрошенных воспринимают развитие ИИ очень положительно или скорее положительно, около 14% — очень отрицательно или скорее отрицательно, и ещё почти 15% — нейтрально.

Большинство участников считают, что ИИ в целом способен принести больше пользы, особенно в медицине, науке и автоматизации рутинных задач, однако почти все подчёркивают необходимость грамотного использования и регулирования. Существенная часть выражает

опасения, что ИИ приведёт к деградации мышления, ухудшению образования и утрате рабочих мест, а также усилит распространение фейков и мошенничества. Многие занимают среднюю позицию, отмечая, что влияние ИИ полностью зависит от целей и людей, которые им пользуются.

При этом 94,8% респондентов пользуются технологиями ИИ для повседневных и учебных целей, 67% из них используют ИИ на регулярной основе, чаще всего – для поиска и структурирования информации (примерно 83,5%), помощи в написании учебных работ (67%), решения задач (54,8%) и генерации идей (52,2%).

Большинство считают, что в ближайшие 10 лет ИИ существенно изменит рынок труда, автоматизируя рутинные и низкоквалифицированные задачи, что приведёт к сокращению отдельных профессий, особенно творческих и сервисных, но при этом не вызовет полного исчезновения занятости, поскольку многие специальности трансформируются, а также появятся новые роли, связанные с работой и взаимодействием с ИИ. Среди сфер, наиболее склонных к внедрению ИИ по мнению респондентов, абсолютным лидером является сфера ИТ (около 82%), что ожидаемо. Юриспруденция же считается наименее подверженной внедрению ИИ (около 19%). При этом в вопросе «Может ли ИИ заменить специалистов Вашей будущей профессии?» более половины респондентов (52,2%) считают, что ИИ заменит лишь часть функций их профессии, 33% уверены в своей незаменимости, и лишь небольшая часть (около 10%) полагает, что их профессия будет полностью автоматизирована. Большинство респондентов видят будущее в сотрудничестве с ИИ, где машина берет на себя рутину, а люди сосредотачиваются на сугубо человеческих задачах. Большинство ответов сводятся к тому, что ИИ может частично заменить людей в рутинных, шаблонных и технических задачах, особенно связанных с анализом данных, написанием базового кода, переводами, маркетинговыми текстами и автоматизацией процессов, однако не способен полноценно заменить профессии, где критичны эмоции, эмпатия, доверие, творческое мышление, опыт, интуиция и работа с уникальными нестандартными ситуациями. Практически все отмечают, что ИИ — это инструмент, который ускоряет расчёты, автоматизирует монотонную работу и расширяет возможности специалиста, но не может полностью взять на себя сложные инженерные, гуманитарные, терапевтические и межличностные задачи. Часто повторялись причины: отсутствие эмпатии, невозможность «читать между строк», ограниченная способность к нестандартным решениям, ошибки в коде, отсутствие физического исполнения, а также ценность

человеческого опыта и критического мышления. Общий вывод: ИИ будет усиливать специалиста и заменять лишь часть функций, но полная замена большинства профессий выглядит маловероятной.

При изучении факторов, повлиявших на выбор специальности студентами, выяснилось, что абсолютно доминирующим фактором являются личные интересы (80%). Это говорит о том, что данные, приведённые в теоретической части исследования, всё ещё актуальны. Заработок и востребованность занимают второе по значимости место, но с большим отрывом (около 46,1% и 45,2% соответственно). При этом лишь с небольшим перевесом примерно половина студентов (53,9%) не учитывала риск автоматизации своей профессии при выборе обучения, в то время как остальные (46,1%) либо полностью учитывали этот риск, либо частично. 54,8% не ожидают, что им придется кардинально менять профессию из-за ИИ. Это сочетается с предыдущим выводом о низком учете данного фактора при поступлении и уверенностью в «частичной» замене их профессии.

В целом, уровень тревоги по поводу будущего трудоустройства в связи с внедрением ИИ среди респондентов отмечается небольшой: 63,5% респондентов оценили свой уровень тревоги по этому поводу по шкале от 1 до 5 отметили на 1 и 2, а высокую и очень высокую тревогу (оценки 4 и 5) испытывают всего 18,3% опрошенных.

Анализ опроса показал, что студенческая аудитория в целом хорошо осведомлена о технологиях ИИ и активно их использует. Большинство воспринимает развитие ИИ положительно и видит его как инструмент, способный облегчить работу. Что касается рынка труда, ИИ скорее трансформирует профессии, но не приведет к полной замене специалистов. При выборе специальности личные интересы остаются доминирующим фактором, а потенциальный риск автоматизации учитывался примерно половиной студентов. При этом общий уровень тревоги по поводу будущего трудоустройства из-за ИИ не высок. В целом, перспектива выглядит скорее позитивной, но требует внимательного и осознанного подхода к внедрению ИИ.

Литература:

1. Дружинина А. А. Художник и нейросеть: конфликт, диалог, сотрудничество? // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2024, – Т. 24. №2. – С. 58–65.
2. Зинич А. В. Мотивы и социально-профессиональные ориентации молодежи при выборе профессии // Омский научный вестник. Серия: Общество. История. Современность. – 2023. – №4. – 133–138.

3. Киселев Д. В., Солодков А. А., Скаредин А. М. Влияние нейросетей на рынок труда // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – №110-6. – С. 43-52.

4. Левашов В. К., Гребняк О. В. Экспансия искусственного интеллекта: ожидания и настроения граждан // Социологические исследования. – 2024. – №12. – С. 13-23.

5. Марков С. С. Охота на электроовец. Большая книга искусственного интеллекта. – М.: ДМК пресс, 2024. – 568 с.

6. Нейросеть на дефицитном рынке труда: угроза, спасение или подспорье? [Электронный ресурс] // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/expertise/neiroset-na-deficitnom-rynke-truda-ugroza-spasenie-ili-podspore> (дата обращения: 12.10.2025).

7. Эриксон Э. Г. Идентичность: юность и кризис: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: Флинта [и др]. – 2006. – 341 с.

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА 1990-Х В ЦИФРОВЫХ НАРРАТИВАХ СОЦИАЛЬНОЙ ПАМЯТИ

А. А. Шнайдер

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, apanashanider@gmail.com**

Научный руководитель: Михайлов Д. А., к.и.н., доцент

Статья посвящена феномену социальной памяти и механизмам репрезентации исторических эпох в цифровых медиа на примере 1990-х годов в России. Исследование анализирует, как коллективные и индивидуальные воспоминания формируют образ эпохи через цифровые платформы, социальные сети, блоги и мемы. Рассматриваются ключевые концептуальные подходы: дискурс-анализ и мемориальные исследования, выявляются особенности цифровой памяти, включая множественность, сетевую распределённость и постоянную реконструкцию нарратива.

The article examines the phenomenon of social memory and the mechanisms of representing historical epochs in digital media, using the 1990s in Russia as a case study. It analyzes how collective and individual memories shape the perception of this period through digital platforms, social networks, blogs, and memes. The study explores key conceptual approaches, including discourse analysis and memory studies, highlighting the characteristics of digital memory, such as multiplicity, networked distribution, and continuous narrative reconstruction.

Феномен цифровой социальной памяти и механизмы репрезентации исторических эпох в интернет-пространстве становятся в последние годы объектом пристального внимания гуманитарных наук. Особый интерес в

этом контексте представляет образ 1990-х годов в России — периода, который в общественном сознании продолжает сохранять глубоко противоречивые оценки, воспринимаясь одновременно как символ свободы и преобразований и как время кризиса и нестабильности.

Цель исследования заключается в систематизации и аналитическом обзоре современной научной дискуссии о репрезентациях 1990-х годов в цифровой социальной памяти, с акцентом на выявлении ключевых концептуальных подходов, исследовательских направлений и проблемных узлов, определяющих текущее состояние этой области знаний.

Наиболее продуктивными теоретическими основаниями для анализа цифровых нарративов о 1990-х выступают дискурс-аналитический подход и мемориальные исследования, позволяющие рассматривать цифровую репрезентацию прошлого как особую форму культурного производства и коллективного воспоминания. Дискурс-анализ в интерпретации Т. ван Дейка и М. Фуко задаёт инструментарий для выявления структур значения, идентичности и власти, проявляющихся в лингвистических, визуальных и жанровых механизмах цифровых текстов, что делает возможным изучение того, как именно конструируется коллективное восприятие 1990-х годов в сетевой среде [2]. Мемориальная перспектива, основанная на работах Я. и А. Ассманов, формирует более широкую рамку понимания коллективной памяти как символической системы, обеспечивающей связь прошлого и настоящего, которая в условиях цифровых медиа приобретает новые свойства [1]. В отличие от традиционных форм культурной памяти, цифровая память характеризуется множественностью, сетевой распределённостью и постоянной реконструкцией нарратива, что соответствует концепции «распределённой памяти» Э. Хоскинса: здесь прошлое создаётся не институционально, а через активное участие пользователей — комментарии, репосты, визуальные ремиксы и мемную переработку, усиливающие роль индивидуальных акторов в формировании коллективного образа эпохи [8].

Современная литература, посвящённая цифровой памяти о 1990-х, Рунет часто рассматривает как среду, в которой историческое прошлое приобретает качественно новые формы репрезентации. Исследователи подчёркивают, что визуальность, фрагментарность и монтажный характер цифровых коммуникаций превращают память об эпохе в динамичную совокупность образов, активно циркулирующих в социальных сетях и на медиаплатформах. Такие элементы, как клипы, ретро-видео, цифровые ремиксы и мемные серии, становятся не просто иллюстративными материалами, а самостоятельными способами

конструирования прошлого, встраиваясь в практики пользовательского потребления и производства контента. Подходы, предложенные Мерзляковой и другими авторами, фиксируют, что именно визуальные и аудиовизуальные форматы оказываются ключевыми в формировании образов 1990-х, определяя темп, интонацию и стилистику их распространения [4].

С этим связана и другая важная линия исследований, акцентирующая роль медиа как инструментов политики памяти. Вайермарс показывает, что цифровые платформы — наряду с телевидением и кино — задают рамки интерпретации недавнего прошлого, формируя набор устойчивых смыслов, через которые массовая аудитория воспринимает 1990-е [10]. Однако в сетевой среде эти институциональные рамки сталкиваются с процессами «демократизации памяти», описанными Хоскинсом и Ридинг: пользовательские трактовки, созданные в «ВКонтакте», Telegram или на RuTube, активно конкурируют с официальными нарративами, предлагая альтернативные версии событий, эмоциональные оценки и визуальные коды [7].

Исследования памяти о 1990-х последовательно демонстрируют выраженные поколенческие различия в интерпретации эпохи. Старшие возрастные группы, пережившие 1990-е в зрелом возрасте, склонны акцентировать сюжеты социальной нестабильности, криминализации и резких жизненных перемен, формируя преимущественно травматический образ десятилетия. Работы А. В. Тупаева, Е. С. Синельниковой и Е. В. Зиновьевой показывают, что такие представления устойчиво воспроизводятся и в цифровой среде: они проявляются в комментариях, обсуждениях и пользовательских текстах, где опыт утраты, риска и неопределённости служит важным элементом самоидентификации и коллективного переживания прошлого [5].

В то же время молодёжная аудитория демонстрирует принципиально иной способ осмысления 1990-х, который строится на ироничной, эстетизированной и мемной переработке культурных кодов эпохи. Как отмечают Н. А. Козлов, С. М. Филимонов и И. Н. Шерстюков, визуальная стилистика VHS, элементы массовой культуры, реклама и поп-музыка превращаются в знаки стилизованной ностальгии, не требующей прямой связи с личным опытом [3]. Эти различия во многом обусловлены платформенной спецификой: как показывает Мерзлякова, различные возрастные группы по-разному используют цифровые медиа — старшие пользователи чаще обращаются к дискуссионным форматам и документальному контенту, тогда как молодёжь активно воспроизводит прошлое через визуальные ремиксы, мемы и игровые формы коммуникации. В результате цифровая память о 1990-х формируется как

поле пересечения разнонаправленных поколенческих интонаций и способов культурной переработки эпохи.

В исследованиях, посвящённых дискурсивному измерению памяти о 1990-х, особое внимание уделяется тому, как языковые классификации и устойчивые нарративные оппозиции структурируют массовое восприятие эпохи. Работы О. Ю. Малиновой показывают, что такие лексемы, как «лихие», «опасные», «дикие», «свободные», формируют семантические рамки, в которых десятилетие осмысливается в публичном дискурсе как пространство одновременно риска и возможностей. Пользователи социальных сетей воспроизводят их в комментариях, шутках и стилевых играх, тем самым закрепляя за эпохой набор символических характеристик, включающий криминальность, хаотичность, предпринимательскую энергетику и визуальные коды массовой культуры того времени [9].

Цифровая коммуникация не только воспроизводит эти дискурсивные рамки, но и трансформирует их, придавая им новые интонации и функции. Переход от буквального описания к стилизованной репрезентации приводит к тому, что дискурсивные конструкции начинают функционировать как элементы цифрового фольклора – они закрепляются в юмористических пабликах, визуальных коллажах и коротких нарративных форматах, превращаясь в узнаваемые культурные символы. Тем самым цифровая среда становится пространством, где институционально сформированные описания 1990-х переплетаются с пользовательской интерпретацией и массовой переработкой, создавая гибридные и многослойные образы эпохи.

Проведённый обзор показывает, что цифровая память о 1990-х формируется на пересечении медийных, дискурсивных и поколенческих практик. Поколенческое расслоение опыта и различия в медиаповедении пользователей задают дополнительную вариативность цифровых нарративов, а дискурсивные конструкции, укоренённые в публичной риторике, получают новые функции в сетевой культуре. В совокупности это позволяет рассматривать память о 1990-х как динамичную область культурного производства, в которой прошлое постоянно пересобирается в зависимости от технологических условий и форм социального взаимодействия.

Литература:

1. Ассман Я., Ассман А. Культурная память. – М.: Языки славянских культур, 2004.
2. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть. – М.: ЛИБРОКОМ, 2013.

3. Козлов Н.А., Филимонов С.М., Шерстюков И.Н. Современное российское государство в глазах молодежи через призму восприятия 1990-х гг. // Ветер Перестройки. – 2021. – № 1.
4. Мерзлякова В.Н. Медиатизация коллективной памяти о 1990-х гг. в Рунете [Электронный ресурс] // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. – 2019. – № 8-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatizatsiya-kollektivnoy-pamyati-o-1990-h-gg-v-runete> (дата обращения: 09.11.2025).
5. Синельникова Е.С., Зиновьева Е.В. Память о 1990-х годах российской истории: представления студентов // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. – 2017. – С. 307-314.
6. Тупаев А.В. Образ 90-х гг. в представлениях различных поколений: по материалам социологического исследования // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2025. – № 1. – С. 211–218. DOI: 10.22394/2079-1690-2025-1-1-211-218.
7. Garde-Hansen J., Hoskins A., Reading A. Save As... Digital Memories. – Palgrave Macmillan, 2009.
8. Hoskins A. Digital Memory Studies. – Routledge, 2017. DOI: 10.4324/9781315036915.
9. Malinova O. Framing the Collective Memory of the 1990s as a Legitimation Tool for Putin's Regime // Problems of Post-Communism. – 2020. – Vol. 68, No. 5. – P. 429–441. DOI: 10.1080/10758216.2020.1752732. Wijermars M. Memory Politics in Contemporary Russia: Television, Cinema and the State. – Routledge, 2018. DOI: 10.4324/9781351007207.

РОЛЬ РЕЛИГИИ В КОНСТИТУЦИИ ЯПОНИИ 1947 ГОДА

К. А. Благодатских

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, blagodatskih.ksyu@mail.ru

Научный руководитель: Олейников И. В. канд. ист. наук

Статья посвящена анализу восприятия религиозной традиции в конституционном пространстве современной Японии. Рассматривается, как синтоистские представления повлияли на формирование национальной идентичности и идеологии. В работе проанализированы положения, демонстрирующие формальный разрыв между государством и религией на основе контент анализа текста действующей Конституции Японии. Делается вывод о трансформации роли синтоизма из инструмента политической легитимизации в фундаментальный компонент культурного самосознания.

This article analyzes the perception of religious tradition in the constitutional space of modern Japan. It examines how Shinto beliefs have influenced the formation of national identity and ideology. The paper analyzes provisions demonstrating the formal gap between state and religion based on a content analysis of the text of the current Japanese Constitution. It concludes that Shintoism has transformed its role from an instrument of political legitimization to a fundamental component of cultural identity.

Среди большого разнообразия религиозных концепций и представлений национальные религии выделяются особой этнокультурой, характерной только для менталитета конкретного народа. В качестве такого примера можно представить синто в Японии. На примере анализа Конституции Японии 1947 г. предлагается рассмотреть, как религиозные традиции повлияли на формирование современной японской политической системы.

Согласно синтоизму, боги, или «ками», создали не всех людей на Земле, а только японцев. Поэтому принадлежать синтоизму и поклоняться его божествам может только японец по рождению. Это убеждение объясняет представление японцев о своей особой миссии в мире, уникальных качествах характера и образе жизни. Этим синтоизм выражает особый божественный дух японского народа и даже утверждает его превосходство над другими народами, подчеркивая особую роль Японии в мировом порядке, где она должна занимать центральное место [1].

Таким образом, синтоизм, с его уникальными религиозными и культурными аспектами, способствовал укреплению национальной идентичности и легитимизации власти императора. Также, синтоизм был использован для создания религиозного культа и ультранационалистической идеологии, что помогло Японии справиться с внешними угрозами и адаптироваться к западным достижениям, сохраняя при этом свою национальную идентичность. Влияние синтоизма на государственную политику и общественное устройство Японии в этот период подчеркивает его ключевую роль в формировании японского национализма и развитии страны [2].

Изучив некоторые положения японского законодательства в эпоху Сёва, можно сделать несколько выводов насчет роли синтоизма.

В тексте Конституции термин «религия» и его производные используется 8 раз (статьи 14, 20, 44, 89) [3]. Все упоминания связаны исключительно с провозглашением принципов свободы совести и запрета на дискриминацию по религиозному признаку. При этом термины «синто», «церковь» в тексте не употребляются.

Существует расхожее мнение, что Император является главой синтоистской церкви в Японии, но на материалах новой Конституции эта идея не отражена. Термин «Император» используется 18 раз в Главе I, которая так и называется «Император», где описаны основные функции Микадо. Но в контексте религиозного восприятия значения его фигуры нет даже упоминаний. В ней говорится о том, что император является символом страны, статус которого определяется консенсусом японского народа, что опровергает его божественную власть [3]. После Второй мировой войны Япония пыталась избежать тоталитарного режима и возрождения милитаризма, связанного с императором, который использовался для оправдания агрессии и насилия в годы войны, к тому же было оказано влияние западных ценностей, которые настаивали на демократичной системе управления [4].

Кроме того, новая Конституция и последующие законы способствовали развитию религиозного плюрализма в Японии. Были приняты законы, которые защищали права религиозных меньшинств и обеспечивали свободу вероисповедания для всех граждан [3]. Это привело к появлению новых религиозных движений, кроме запрещенных сект, которые предлагали альтернативные духовные пути и практики [5].

На основании представленной информации, можно сделать вывод, что религия утратила свое политическое влияние, но продолжала оставаться важной частью культуры и национальной идентичности. Это помогло Японии двигаться в сторону демократических реформ и политической стабильности.

Литература:

1. Бутылина А. Н. Влияние синтоизма на культуру Японии. — Международный студенческий научный вестник, 2021. — С. 1-7.
2. Дуничев Д. А. Влияние синто на формирование идеологии государственного национализма в Японии в конце XIX - начале XX веков. — М.: Издательство, 2015. — 150 с.
3. 日本国憲法 (Конституция Японии) [Электронный ресурс]. — URL: <https://laws.e-gov.go.jp/law/321CONSTITUTION> (дата обращения: 13.09.2025).
4. Спицына К. А. От краха к чуду. Япония после Второй мировой войны [Электронный ресурс] // Россия в глобальной политике. — 2021. — № 1 (107). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-kraha-k-chudu-yaponiya-posle-vtoroy-mirovoy-voyny> (дата обращения: 05.11.2025).
5. Матюнина А. А. Конституционная реформа 1947 г. в Японии: удалось ли отделить религию от политики? [Электронный ресурс] // Россия в глобальном мире. — 2021. — № 19 (42). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstitutsionnaya-reforma-1947-g-v-yaponii-udalos-li-otdelit-religiyu-ot-politiki> (дата обращения: 10.11.2025).

ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ГРУЗИИ

А. С. Васильева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, anas2004vas@yandex.ru
Научный руководитель: Гаврилова В. А., к.и.н., доцент**

В статье рассматривается сотрудничество Великобритании и Грузии в военно-политической сфере в контексте двусторонних соглашений, а также в рамках НАТО. Целью данной статьи является определение наиболее приоритетных сфер сотрудничества Великобритании и Грузии. В статье применяются общенаучные методы исследования: метод анализа документов, историко-хронологический метод и метод контент-анализа.

This article examines cooperation between the United Kingdom and Georgia in the military-political field in the context of bilateral agreements and within NATO. The purpose of this article is to identify the most important areas of cooperation between the United Kingdom and Georgia. The article uses general scientific research methods: document analysis, historical-chronological method, and content analysis.

Грузия представляет особый интерес для Великобритании, так как располагается в переходной точке между Европой и Азией. Более того,

Грузия является частью Транскаспийского коридора, по которому осуществляется перевозка грузов из Китая и стран Центральной Азии в страны Европы. В 2008 г. после вооруженного конфликта между Грузией и Южной Осетией, Великобритания выразила поддержку суверенитету и территориальной целостности Грузии, а также подчеркнула важность мира и безопасности, включая мирное урегулирование конфликта [12]. В 2014 году Великобритания и Грузия запустили формат стратегического диалога под названием «Диалог Уордропа», который охватывает сферы внешней политики, безопасности, обороны, а также экономики и торговли. С 2014 по 2023 гг. было проведено восемь встреч в рамках стратегического диалога [4].

Новой ступенью для развития двусторонних отношений между Великобританией и Грузией стало подписание в 2019 году Соглашения о стратегическом партнерстве и сотрудничестве между Соединенным Королевством и Грузией. Цели соглашения сводятся к тому, чтобы выстроить между Великобританией и Грузией всестороннее стратегическое партнерство, основанное на общих ценностях и взаимных интересах. Оно предполагает развитие политического диалога (при помощи Диалога Уордропа), укрепление демократии и институциональной устойчивости, содействие региональной и международной безопасности, включая мирное урегулирование российско-грузинского конфликта и поддержку территориальной целостности Грузии. Также соглашение направлено на расширение сотрудничества в сфере верховенства права, прав человека и свободы, поддержку евроатлантической интеграции Грузии, развитие её экономического потенциала, создание условий для углубленной торговли, включая создание зоны свободной торговли, а также углубление сотрудничества в сферах образования, науки и культуры [10, С. 6-7].

Грузинский министр Д. Залкалиани назвал подписание стратегического соглашения основой для дальнейшего укрепления двустороннего сотрудничества [11]. На фоне подписания соглашения, в 2019 году состоялось очередное совещание, посвященное Стратегическому диалогу Уордропа, где была подтверждена прочность и глубина двусторонних отношений, а также озвучена готовность расширять сотрудничество в области внешней политики и безопасности. Также отмечается, что расширение сотрудничества в будущем обеспечит Великобританию и Грузию всеобъемлющий доступ к рынкам друг друга и либерализацию торговли товарами и услугами после выхода Великобритании из Европейского союза [12]. В 2021 г. произошла встреча начальника Генерального штаба с представителями военной

разведки Великобритании, где обсуждались вопросы сотрудничества между Грузией и Великобританией в области обороны, военной разведки и информационных операций. По итогам встречи начальник Генерального штаба Вооруженных сил Грузии генерал-майор Гиорги Матиашвили выразил надежду на более тесное сотрудничество в области обороны между двумя странами [5].

Важно отметить, что стратегическое партнерство между странами развивалось в условиях смены внутренней политики Грузии. Начиная с 2012 г. правящая партия «Грузинская мечта» придерживалась курса на укрепление отношений с Западом и евроатлантическую интеграцию, но начиная с 2020 г. ситуация начала меняться после обвинений в фальсификации результатов парламентских выборов [8]. В 2024 г. в Грузии вышел закон об иностранных агентах, согласно которому неправительственные организации и СМИ, которые получают более 20% своих средств от зарубежных инвесторов, будут обязаны регистрировать как организации, представляющие интересы иностранного государства. Также эти организации обязаны предоставлять отчетность, а значит могут быть вынуждены раскрывать конфиденциальную информацию [14]. В связи с этим, Западные страны, в том числе Великобритания, обвинили Грузию в отходе от демократического курса и антизападных настроениях. В последствии в октябре 2024 г. британский посол Г. Уорд заявил о решении временно приостановить «Диалог Уордропа» впервые за 10 лет существования диалога, а также приостановить новую программу по кибербезопасности [4].

Одним из ключевых направлений в военной сфере сотрудничества Великобритании и Грузии остается взаимодействие в рамках НАТО. На саммите НАТО 2014 г. в Уэльсе был запущен «Существенный пакет НАТО-Грузия» с целью укрепления способности Грузии защищать себя и продвигать свою подготовку к членству. В декабре 2020 г. был принят обновленный пакет мер НАТО-Грузия, в котором были приняты новые инициативы, направленные на поддержку Грузии в развитии военно-медицинского потенциала, на улучшение возможностей Грузии в области обучения английскому языку, а также усовершенствовать систему кодификации и стандартизации, что в будущем обеспечит более высокий уровень совместимости грузинских оборонных проектов и программ с требованиями НАТО. Грузия, в свою очередь, поддерживает операции под руководством НАТО. В 2014 г. Грузия была одним из крупнейших поставщиков войск, не входящих в НАТО, для Международных сил содействия безопасности в Афганистане. Также Грузия участвовала в операции «Активные усилия» – контртеррористической операции по морскому наблюдению в

Средиземном море, в основном посредством обмена разведывательной информацией. С 2016 года страна поддерживает осведомленность о ситуации на море в контексте морской операции «Морской страж» в Средиземном море [9]. Великобритания признала, что Грузия, несмотря на статус партнера, внесла весомый вклад в укрепление международной безопасности [13].

В совместном коммюнике Великобритании и Грузии в 2023 г. было отмечено, что Великобритания выделила 5 миллионов фунтов стерлингов на укрепление потенциала Грузии в области кибербезопасности. Также в документе выделяется, что Великобритания вместе с Румынией стала контактным посольством НАТО в Грузии, которое выполняет роль информирования грузинского общества о деятельности Альянса. Кроме того, в заявлении была подчеркнута важность регулярных совместных военных учений и тренировок для продвижения и укрепления сотрудничества и потенциала в области обороны [13]. Говоря о проведении совместных военных учений, стоит отметить, что Великобритания активно способствует их проведению. Например, в 2004 г. начались совместные британо-грузинские военные учения «Georgian Express 2004» на военной базе в Вазияни, которые являются частью программы военной помощи Великобритании Грузии в соответствии с инициативной НАТО «Партнерство ради мира» [2]. В 2016 г. прошли совместные учения Грузии, Великобритании и Канады на базе учебного центра Сеннибридж в Уэльсе [3]. Более того, Великобритания реализует программы обучения английскому языку при помощи Британского совета, так в 2014 г. 37 грузинских военнослужащих прошли курсы подготовки [1]. Также идет активное сотрудничество в рамках Программы совершенствования военного образования при поддержке НАТО, которая помогает реформировать и развивать учебные программы грузинских военных учебных заведений [6]. В 2016 г. при поддержке НАТО была открыта Школа по укреплению институтов обороны Грузии, которая предоставляет возможность для профессионального развития при помощи курсов и экспертных знаний, призванные углублять сотрудничество в области безопасности между Грузией, региональными государствами и партнерами НАТО [7, С. 1].

Таким образом, военно-политическое сотрудничество Великобритании и Грузии осуществляется в основном в рамках НАТО, при этом британская сторона активно поощряет постепенную интеграцию в Североатлантический альянс. Говоря про отдельное взаимодействие между Грузией и Великобританией, страны имеют Соглашение о стратегическом партнерстве, направленное на всестороннее сотрудничество, что говорит о взаимном интересе двух

государств. В сфере безопасности, Великобритания, при поддержке НАТО проводит военные учения, в том числе и на своей территории. Значительная роль отводится сотрудничеству в области кибербезопасности, что подтверждается активным финансированием со стороны Великобритании.

Литература:

1. «Британский совет» обучил английскому языку 37 грузинских военнослужащих // Razm.info. 31.05.2014 [Электронный ресурс]. - URL: <https://razm.info/ru/3471> (дата обращения: 16.11.2025).
2. В Грузии начались грузино-британские военные учения // РИА «Новости». 05.07.2004 [Электронный ресурс]. - URL: <https://ria.ru/20040705/626435.html> (дата обращения: 16.11.2025).
3. Военные Грузии, Канады и Великобритании провели совместные учения // Sputnik Georgia. 29.06.2016 [Электронный ресурс]. - URL: <https://sputnik-georgia.ru/20160629/232353391.html> (дата обращения: 16.11.2025).
4. British Ambassador: UK Suspended 'Wardrop Dialogue' Ministerial Talks // Civil.ge. 15.10.2024 [Electronic source]. - URL: <https://civil.ge/archives/628400> (date of request: 15.11.2025).
5. Chief of Defence Forces met with UK Military Intelligence Service representatives // Ministry of Defence of Georgia. 31.03.2021 [Electronic source]. - URL: <https://mod.gov.ge/en/news/read/8127/chief-of-defence-forces-met-with-uk-military-intelligence-service-representatives> (accessed: 17.11.2025).
6. Defence Education Enhancement Programme (DEEP) // NATO. 28.02.2025 [Electronic source]. - URL: <https://www.nato.int/en/what-we-do/partnerships-and-cooperation/defence-education-enhancement-programme-deep> (accessed: 16.11.2025).
7. DEFENCE INSTITUTION BUILDING SCHOOL, An Initiative of the Substantial NATO-Georgia Package // NATO. 2016 [Electronic source]. - URL: https://www.nato.int/content/dam/nato/legacy-wcm/media_pdf/pdf_2016_07/20160628_1607-dib-georgia-en.pdf (accessed: 17.11.2025).
8. EU Statement on October 31 Parliamentary Elections // Civil.ge. 01.11.2020 [Electronic source]. - URL: <https://civil.ge/ru/archives/379789> (accessed: 16.11.2025).
9. Relations with Georgia // NATO. 09.05.2025 [Electronic source]. - URL: <https://www.nato.int/en/what-we-do/partnerships-and-cooperation/relations-with-georgia?selectedLocale> (accessed: 16.11.2025).

10. Strategic Partnership and Cooperation Agreement between the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland and Georgia // GOV.UK. 21.10.2019 [Electronic source]. - URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/67fe3549712bf73dea13545c/T_S_Georgia_23.2025_Strategic_Partnership_Cooperation_Agreement.pdf (accessed: 15.11.2025).

11. UK and Georgia sign trade continuity and strategic cooperation agreement // GOV.UK. 21.10.2019 [Electronic source]. - URL: <https://www.gov.uk/government/news/uk-and-georgia-sign-trade-continuity-and-strategic-cooperation-agreement> (accessed: 16.11.2025).

12. UK-Georgia Wardrop Strategic Dialogue 2019: joint statement // GOV.UK. 21.10.2019 [Electronic source]. - URL: <https://www.gov.uk/government/publications/uk-georgia-joint-statement/uk-georgia-joint-statement> (accessed: 15.11.2025).

13. UK-Georgia Wardrop Strategic Dialogue 2023: joint communiqué // GOV.UK. 14.02.2023 [Electronic source]. - URL: <https://www.gov.uk/government/publications/uk-georgia-wardrop-strategic-dialogue-2023-joint-communiqué/uk-georgia-wardrop-strategic-dialogue-2023-joint-communiqué> (accessed: 16.11.2025).

14. Why has Georgia's 'foreign agents' bill caused so much protest and anger? // The Guardian. 15.05.2024 [Electronic source]. - URL: <https://www.theguardian.com/world/article/2024/may/15/georgia-foreign-agents-bill-protest-explainer> (accessed: 16.11.2025).

НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КИТАЯ: БАРЬЕРЫ В РАЗВИТИИ ОТНОШЕНИЙ

В. Д. Головач

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, golovach_vd@mail.ru

Научный руководитель: Никитенко Е. В., к.и.н., доцент

Российско-китайское научно-техническое сотрудничество активно развивается в аэрокосмической, энергетической и биотехнологической сферах. Однако его характеризует структурная асимметрия целей и моделей взаимодействия, где Китай выступает как доминирующий партнер, а Россия — как поставщик ключевых компетенций.

Russian-Chinese scientific and technical cooperation is actively developing in the aerospace, energy and biotechnological fields. However, it is characterized by a structural asymmetry of goals and models of interaction, where China acts as the dominant partner and Russia as the supplier of key competencies.

Научно-техническое сотрудничество между Россией и Китаем является важной составляющей их стратегического партнёрства. В условиях глобальных вызовов, включая санкционное давление и технологическое соперничество, это сотрудничество приобретает особую значимость. 21 марта 2023 г. было подписано совместное заявление «О плане развития ключевых направлений российско-китайского экономического сотрудничества до 2030 года», где указывается необходимость продвижения обменов и качественное расширение сотрудничества в сферах технологий и инноваций [7].

Основываясь на Дорожной карте российско-китайского сотрудничества в области науки, технологий и инноваций на 2020-25 гг. прослеживается сопряжение интересов стран в развитии взаимоотношений в области НИОКР. Обе страны имеют схожие приоритеты в развитии науки и технологий, что создаёт основу для продолжительного сотрудничества, которое реализуется через создание совместных исследовательских центров и лабораторий, создание инновационных платформ взаимодействия (Российско-Китайский инновационный центр в г. Шанхай), поддержку молодых учёных и академическую мобильность (стажировки, летние школы, двойные дипломы...). Организуются совместные выставки, проводятся форумы или конференции. Одним из крупнейших таких проектов стал Петербургский международный экономический форум, объединяющий представителей стран не только России и Китая, но и стран Восточной, Центральной и Юго-Западной Азии.

Стратегическое технологическое партнёрство России и Китая представляет собой сознательное сопряжение национальных интересов, где каждая сторона видит во внешнем сотрудничестве ключевой фактор для достижения глобальной конкурентоспособности и технологического суверенитета. Россия, проводя курс на «поворот на Восток», позиционирует Китай как стратегического партнёра для диверсификации связей, получения доступа к передовым производственным цепочкам и преодоления технологической изоляции. Китай, в свою очередь, видит в России важный источник фундаментальных исследований, компетенций в оборонно-космической сфере и ресурсов, а также платформу для продвижения своих стандартов и технологий в рамках инициативы «Пояс и путь». Обе стороны придают внешнему сотрудничеству фундаментальное значение, рассматривая его не просто как обмен технологиями, а как создание совместной экосистемы — от совместных исследований в области искусственного интеллекта и квантовых вычислений до координации позиций по международным стандартам и

этике, что в совокупности направлено на формирование технологического влияния в многополярном мире.

Необходимо выделить ключевые сферы научно-технологического взаимодействия России и Китая, среди которых сотрудничество в аэрокосмической отрасли представлено совместной разработкой широкофюзеляжного пассажирского самолёта CR929, тяжёлого вертолётa, а также координацию спутниковых навигационных систем «ГЛОНАСС» и «Бэйдоу» [5]. В 2022 г. страны подписали соглашение между правительством российской федерации и правительством китайской народной республики о сотрудничестве в области создания международной научной лунной станции [8].

Традиционно выделяем энергетический сектор, проекты в области атомной и водородной энергетики. Реализуются проекты в области атомной энергетики, включая сотрудничество энергоблоков Тайваньского АЭС и экспериментальных реакторов на быстрых нейтронах, активно развиваются проекты в области зелёной энергетики, включая водородную и возобновляемую энергетику [5]. Кроме того, в 2020 г. Росатом и CNNC подписали меморандум о взаимопонимании по развитию ядерной энергетики четвёртого поколения.

Отдельно выделим создание совместной лаборатории для исследований вируса COVID-19, что является одним из основных направлений в сфере биотехнологий [1].

Отдельно стоит выделить академическое сотрудничество, реализуемое на уровне университетов и научных институтов. Основной формой сотрудничества университетов выступают совместные научные конференции и симпозиумы (См.: Таблица 1), что создают площадку для академического диалога. Так, РНФ совместно с Государственным фондом естественных наук Китая проводит конкурсы для российско-китайских научных коллективов, выделяя гранты на трёхлетние исследования. На данный момент стартовал пятый совместный конкурс, затрагивающий такие отрасли знания как: химия и науки о материалах, биология и науки о жизни, фундаментальные исследования для медицины, сельскохозяйственные науки, гуманитарные и социальные науки. С другой стороны, отмечается, что предметное научное сотрудничество отстаёт от гуманитарных обменов и часто сводится к формальным мероприятиям без глубокой интеграции [3]. Ключевыми проблемами являются несовместимость стандартов научных исследований между университетами двух стран и отсутствие отлаженных механизмов для совместных публикаций.

**Таблица 1- Сотрудничество высших учебных заведений
России с Китаем**

Федеральный округ	Российский университет	Китайская сторона	Совместный проект
Центральный	МГУ им. М.В.Ломоносова	Пекинский политехнический институт	Фестиваль «Наука 0+» на базе МГУ-ППИ при поддержке Ассоциации академии п.Гуаньдун и местного правительства
Северо-Западный	СПбГЭУ	РКАУТИГ	Международная научно-практическая конференция "Стратегическое партнерство и инновационные модели подготовки кадров для сферы туризма и гостеприимства"
Южный	ЮФУ	Шанхайский научно-исследовательский институт искусственного интеллекта (САИРИ) и компания "Шаньдун Хуншэнь"	Подписание рамочного соглашения о создании совместной российско-китайской лаборатории в области искусственного интеллекта (ноябрь 2025 г.). Запланирована стажировка исследователей ЮФУ в КНР в декабре 2025 года
Северо-Кавказский	СКФУ	Даляньский университет и Океанский профессиональный колледж (г.Вэйбай)	Разработка совместных образовательных программ в сфере инжиниринга и пищевых технологий; подготовка по получению двух дипломов для студентов китайских вузов
Приволжский	КФУ	При поддержке генерального консула КНР и директора Академии восточных языков и культуры «Конфуций» с китайской стороны	Проведение 18-й ежегодной конференции "Россия и Китай в меняющемся мире"
Уральский	УрФУ	Ляонинский технологический университет	Создание совместного Уральского интеллектуального инженерного института в китайском городе Фусинь.
Сибирский	НГТУ НЭТИ	Дальнийский университет иностранных языков	Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы региональных исследований: современное социально-экономическое и политическое развитие стран Европы и Азии»
Дальневосточный	БГУ	Цзиньцзянский университет	Китайско-российский фестиваль студенческого искусства

Помимо общности стратегических интересов, в формате двустороннего сотрудничества наблюдаются существенные концептуальные противоречия. Основное расхождение заключается в том, что китайская стратегия ориентирована на достижение глобального лидерства и формирование новых мировых рынков, тогда как российский подход акцентирует обеспечение национальной безопасности и технологического суверенитета [5].

Существенная асимметрия наблюдается в моделях партнерского взаимодействия: Китай позиционирует себя как самостоятельный центр силы, определяющий условия сотрудничества, в то время как Россия выступает в роли значимого, но не доминирующего партнёра, предлагающего специфические конкурентные преимущества (такие как географический потенциал для размещения инфраструктуры обработки данных) [6].

Кроме того, отмечается различие структурных приоритетов: китайская стратегия интегрирована в задачи стимулирования внутреннего потребления и трансформации национальной экономики в сторону инновационно-технологической модели. В свою очередь, российская стратегия концентрируется на импортозамещении и нейтрализации технологических рисков в условиях внешнего санкционного давления [2].

Подводя итог, необходимо отметить, что российско-китайское научно-техническое сотрудничество представляет собой сложный симбиоз стратегического партнёрства и структурной асимметрии. Несмотря на результаты в виде совместных проектов в аэрокосмической, энергетической и биотехнологической сферах, сотрудничество характеризуется фундаментальными расхождениями в стратегических подходах: Китай ориентирован на глобальное технологическое лидерство, тогда как Россия фокусируется на задачах импортозамещения и технологического суверенитета. На академическом уровне взаимодействие остаётся в значительной степени формальным, отставая от гуманитарных обменов из-за несовместимости научных стандартов и отсутствия механизмов совместных публикаций. Перспективы дальнейшего развития партнёрства будут зависеть от способности сторон преодолеть эти системные противоречия и перейти к более сбалансированной и глубокой интеграции.

Литература:

1. Ищенко К.О. Основные направления сотрудничества России и Китая в сфере научно-технической и инновационной деятельности // Проблемы развития социально-экономических систем. - 2024. - С. 234-236.
2. Пономарев Н. М., Иванова Н. И. Научно-техническое сотрудничество Российской Федерации и Китая. // Российский внешнеэкономический вестник». - 2024. - №5. - С. 86-92.
3. Сунь Х. Современные направления сотрудничества университетов Китая и России // Вестник Бурятского государственного университета. Образование. Личность. Общество. - 2023. - №1. - С. 73-80.
4. Ван Ц. Китайско-российское научно-техническое сотрудничество: история, текущее положение и проблемы. // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. - 2023. - №25(4). - С. 49-64.
5. Гао Ц., Цзян Ц. Научно-техническое и инновационное сотрудничество между Китаем и Россией в новую эпоху: переформирование модели и выбор подхода с точки зрения китайских экспертов. // Проблемы прогнозирования. - 2022. - №6. - С. 109-119.
6. Россия – Китай: асимметрия или гармонизация отношений? [Электронный ресурс] // Клуб «Валдай» URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/rossiya-kitay-asimetriya-ili-garmonizatsiya/> (дата обращения: 24.11.2025).
7. Совместное заявление Президента Российской Федерации и Председателя Китайской Народной Республики о плане развития ключевых направлений российско-китайского экономического

сотрудничества до 2030 года от 21.03.2023 // <http://www.kremlin.ru/supplement/5919>

8. Соглашение между правительством российской федерации и правительством китайской народной республики о сотрудничестве в области создания международной научной лунной станции от 18.07.2024 [Электронный ресурс] // Министерство иностранных дел Российской Федерации. — URL:

https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/international_contracts/international_contracts/2_contract/61731/ (дата обращения: 25.11.2022).

КУЛЬТУРНАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ: ДВОЙНАЯ ФУНКЦИЯ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ЮЖНОКОРЕЙСКИХ ВУЗОВ

А. В. Загуменникова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, zagumennikova.angelina@mail.ru

Научный руководитель: Захарова Е. В., ст. преп.

В статье анализируется роль интернационализации высшего образования в Республике Корея как стратегического инструмента смягчения демографического кризиса и обеспечения устойчивости региональных университетов. Рассматриваются государственные стипендиальные программы, культурно ориентированные образовательные модели и социальные вызовы, связанные с массовым привлечением иностранных студентов. Особое внимание уделяется взаимосвязи образования, миграционной политики и формирования мультикультурного общества.

This article examines the role of internationalization of higher education in the Republic of Korea as a strategic instrument to mitigate the demographic crisis and ensure the sustainability of regional universities. It analyzes government scholarship programs, culturally oriented educational models, and social challenges associated with the large-scale recruitment of international students. Special attention is paid to the interconnection between education, migration policy, and the formation of a multicultural society.

В условиях демографического коллапса — коэффициент рождаемости в Республике Корея в 2024 году составил 0,75 — интернационализация высшего образования трансформировалась из маркетинговой инициативы в стратегию выживания [5]. На этом фоне иностранные студенты становятся не только образовательным активом, но и демографическим ресурсом, компенсирующим сокращение числа

корейских абитуриентов (с 440 000 в 2023 г. до 260 000 к 2040 г.) [7]. Поэтому привлечение иностранных студентов становится не просто элементом «мягкой силы», но и антикризисным механизмом, способным стабилизировать систему высшего образования, поддержать региональную экономику и облегчить положение демографической ситуации.

Основной целью исследования является выявление механизмов, посредством которых интернационализация высшего образования в Республике Корея способствует укреплению социально-экономической устойчивости смягчению демографического кризиса.

Ключевым инструментом государственной политики выступает программа Global Korea Scholarship (GKS), запущенная в 2008 году. Она покрывает обучение, проживание, медицинскую страховку и включает обязательный годовой курс корейского языка, превращая стипендию в инструмент культурной интеграции [1]. Дополнительно действуют программы поддержки самофинансируемых студентов и краткосрочные обмены в рамках инициативы CAMPUS Asia, объединяющей университеты Кореи, Китая и Японии [3].

Особое значение в последнее десятилетие приобрела гибридная модель интернационализации, сочетающая элементы внутренней интернационализации с культурно ориентированным обучением. Эта модель возникла как реакция на неудачи первоначального подхода, основанного на массовом внедрении англоязычных бакалаврских программ. Однако, эти программы сопровождались низким качеством преподавания и отсутствием интереса у студентов. Хотя такие программы, безусловно, несут финансовую выгоду и повышают видимость вузов, они не отвечают реальным мотивациям студентов. Как показывают исследования, иностранных студентов в Корею привлекает не английский язык, а интерес к корейской культуре, языку и технологиям — от кей-попа до передовых IT-решений [4, С.18]. Гибридная модель интернационализации основана на «корейскости» образовательного продукта. Для этого вузы внедряют обязательные годовые курсы корейского языка и предлагают специализированные программы. Например, Колледж глобальных лидеров при Университете Ёнсе, предлагает интенсивное изучение языка, культуры и международных отношений [4, С.18]. Государство поддерживает такую модель через стипендиальные программы (например, GKS), которые включают языковую подготовку как обязательный этап интеграции.

Такой подход снижает издержки и повышает маржу, но порождает новые вызовы. Главный из них — усиление сегрегации между местными и иностранными студентами. Изоляция иностранных учащихся в

отдельные программы ограничивает возможности межкультурного взаимодействия, что противоречит самой сути интернационализации как процесса формирования глобального сознания и межкультурной компетентности. Кроме того, чрезмерная коммерциализация рискует превратить интернационализацию в инструмент получения прибыли, а не в стратегию научно-образовательного развития. Например, когда частные вузы повышают плату только для иностранцев (ограничение для корейцев — не более 4,05% в 2025 г.) [2]. Также, это может привести к региональному неравенству, из-за которого университеты в провинциях идут на слияния или закрываются [7, С. 84–91].

Однако, интернационализация выполняет и более глубокую функцию — она способствует демографической устойчивости. Многие иностранные студенты остаются в стране работать благодаря гибкой визовой политике и формируют мультикультурные домохозяйства. По данным KBS, доля таких семей уже превышает 3% Это напрямую влияет на воспроизводство населения и формирует пул квалифицированных мигрантов. [9].

В 2025 году правительство запустило программу RISE с бюджетом 100 млрд вон, направленную на модернизацию 30 региональных университетов и их превращение в международные образовательные центры [10]. Это — часть более широкой стратегии по интеграции мигрантов и построению мультикультурного общества как условия смягчения «демографического коллапса» [8].

Таким образом, интернационализация высшего образования в Республике Корея вышла за рамки академической политики и стала многофункциональным инструментом, сочетающим демографическую компенсацию, экономическую поддержку регионов и продвижение «мягкой силы». Однако её устойчивый успех возможен только при переходе от количественных целей к качественной, этичной и инклюзивной модели, учитывающей интересы всех участников образовательного процесса.

Литература:

1. Global Korea Scholarship (GKS). National Institute for International Education [Electronic resource]. - URL: <https://www.studyinkorea.go.kr/ko/scholarshipmain.do> (accessed: 18.11.2025).
2. Higher Education Act [Electronic resource]. URL: https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=42696&lang=ENG (accessed: 20.11.2025).

3. International Cooperative Academic Program and Student Mobility among Korea, Japan and China // Collective Action for Mobility Program of University Students in Asia (CAMPUS Asia) Education. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://campusasiaprogram.kr/index.do?lang=eng> (accessed: 18.11.2025).
4. Lee H. K., Rhee B. S. Hybrid Internationalization in Korea: A Promising Development? // International Higher Education. 2018. P. 15.
5. South Korea: Birth rate from 1880 to 2024 // Statista. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.statista.com/statistics/1403684/south-korea-birth-rate/> (accessed: 21.11.2025).
6. The Korea Times. Declining enrollments force Korean universities to fight for survival [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.koreatimes.co.kr/southkorea/society/20250129/declining-enrollments-force-korean-universities-to-fight-for-survival> (accessed: 21.11.2025).
7. Мехдиев Э. Т., Хонг Серюн. Проблемы современного образования в Южной Корее // *Juvenis scientia*. 2017. № 4. С. 37.
8. Самсонова В. Г. Демографическая ситуация в Республике Корея: вызовы и пути оптимизации // *Восточная Азия: факты и аналитика*. 2022. № 3. С. 84–91.
9. 다문화 학생 3 % 시대 [Эпоха 3% мультикультурных студентов] // KBS Radio. 14.10.2021 — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210108000610> (accessed: 20.11.2024).
10. 라이즈학원 (Академия Rise) // RISE. — [Электронный ресурс] — URL: <https://www.risekorea.com/m/?ckattemp=2> (accessed: 21.11.2025).

ВЛИЯНИЕ КОНФУЦИАНСКИХ ЦЕННОСТЕЙ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ В РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

Л. С. Ковальская

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, lo-n-v-ely@yandex.ru**

Научный руководитель: Шишкин В. Г., к.и.н., доцент

В статье анализируется влияние конфуцианства на образовательные институты в Республике Корея. Основное внимание сосредоточено на культе

образования, фигуре учителя, стиле преподавания и учебной программе. Акцент сделан на трансформации традиций под воздействием западных идей.

This article analyzes the influence of Confucianism on educational institutions in the Republic of Korea. It focuses on the «education fever», the figure of the teacher, teaching style, and the curriculum. Emphasis is placed on the transformation of traditions under the influence of Western ideas.

Одной из ключевых ценностей конфуцианства является самосовершенствование, включающее возвращение нравственных качеств и приобретение новых знаний и навыков. В Корее конфуцианство исторически сформировало культ образования и связанную с ним социальную действительность: строгую иерархию в учебных заведениях и формат преподавания. В работе рассматривается проблема взаимодействия традиционной конфуцианской этики и современных западных концепций в образовательной сфере, трансформирующего институты образования и мировоззрение корейского общества. Объектом исследования является влияние конфуцианских ценностей на образовательные институты в Республике Корея. В результате исследования сделан вывод о том, что конфуцианство, являясь неотъемлемой частью корейского менталитета, продолжает играть важную роль в сфере образования. Западное влияние нашло отражение в видоизменении образовательного процесса, однако ключевые, исторически сформированные ценности непрерывного усердного обучения, иерархии и почтения к учителю сохраняют именно конфуцианскую основу. В отечественной научной мысли изучаемая тема не получила широкого распространения. Новизна работы заключается в систематизации и анализе информации, касающейся отражения конфуцианских принципов в сфере образования в Республике Корея. Результаты исследования могут быть использованы для формирования отечественных образовательных программ, где в качестве примера указана роль традиционных ценностей в заведениях среднего и высшего образования и вариантов их переосмысления.

Формирование культа образования в Корее связано с конфуцианским общественным идеалом «благородного мужа» в образе ученого-книжника, а также системой государственных экзаменов, с помощью которой благодаря длительной и усердной подготовке возможно было вне зависимости от знатности происхождения занять высокую должность. Сегодня школьники, желающие в будущем трудоустроиться в крупную компанию с высокой заработной платой, стремятся поступить в тройку лучших вузов Кореи, объединенной аббревиатурой SKY (Сеульский государственный университет и университеты Корё и Ёнсэ). Эти стремления имеют основу: в 2010 г. 46 % высших чиновников

и 50 % руководителей крупных финансовых отраслей были выпускниками SKY [1].

В 2024 г. доля учащихся, получающих дополнительное образование, составила 80 % [2], и такой показатель фиксируется уже с начальной школы [3]. Многие дети, после уроков посещающие дополнительные занятия в специальных учреждениях – 학원 (хагвон) – успешно осваивают школьную программу самостоятельно, но стремятся стать «лучшими из лучших» и занять более высокое место в рейтинге класса.

Образовательная нагрузка растет сообразно приближению единого государственного экзамена 수능 (Сунын), т.к. именно успешность его сдачи во многом определяет профессиональные перспективы. В результате среднестатистический старшеклассник учится около 13 часов в сутки [4], а ограничение на занятия в хагвонах после 12 часов ночи были введены только в 2000-х гг. [5].

Чрезмерная академическая нагрузка детей и подростков подвергается критике [6]. Под влиянием западных ценностей корейцы все больше задумываются о важности психоэмоционального благополучия детей, полноценного детства и гармоничного развития личности. К тому же результаты опроса об уровне счастья детей указывают, что показатели Кореи самые низкие среди стран ОЭСР [7].

Проблемы справедливости современной образовательной системы аналогичны проблемам средневековой Кореи. Получать высшее образование должны наиболее преуспевающие выпускники, но позволить себе достойно подготовиться к сдаче экзаменов могут только дети из обеспеченных семей. Статистика показывает, что в 1998-2014 гг. малообеспеченные семьи тратят на образование детей все меньшую часть дохода, а 20 % наиболее богатых слоев населения, напротив, только увеличивают долю образовательных издержек [8]. В перспективе это нарушает конфуцианский принцип «меритократии», т.к. снижает равенство образовательных возможностей. Однако сознательно корейцы стремятся к достижению максимально равных условий, а попытки получить преференции при поступлении университет, а позже – устройстве на работу – становятся поводом для скандалов СМИ [9].

Конфуцианская традиция сформировала особую культуру подчеркнутого уважения и почтения к учителям. В 1982 г. была принята «Хартия учителей», отмечающая роль педагога как «примера нации» и необходимость непрерывного повышения уровня компетенций [10]. По результатам опроса «Топ-10 профессий, которые привлекают корейцев», проведенного в 2024 г., профессия учителя заняла третье место, уступая только врачу и государственному служащему [11].

Отношения между учителем и учеником связаны «сыновней почтительностью». Высокая дистанция между преподавательским составом и учащимися в средней школе сохраняется и в университете. При встрече с профессором студенты встают, кланяются и в общении с ним соблюдают другие правила вежливости, проявляя уважение [12].

Корея относится к странам с высокой степенью избегания неопределенности, а в культурах такого типа учитель наделяется обязанностью знать ответы на все вопросы [13]. Ортодоксальное конфуцианство предписывало «слепо следовать за наставником» [14], и в корейской традиции закрепились идея об абсолютизации авторитета педагога. Негативный аспект непререкаемости слов преподавателя – ограниченность инициативы в ходе образовательного процесса. Вопросом ученик может показать себя «неучтивым», поставив учителя в неловкое положение, если у него не окажется ответа.

Под влиянием западной философии преподавание претерпевает изменения. Традиционно авторитарный стиль общения в учебном заведении, характеризующийся жестким контролем и субординацией, приобретает новые черты – чуткость и эмпатию по отношению к ученикам. Отражается на преподавании и конфуцианская коллективистская традиция: это помогает воспитывать класс как единое целое, не выделять одних учеников и не пренебрегать другими [15].

Иерархия формируется и среди студентов университетов. Учащиеся делятся на старшекурсников 선배 (сонбэ) и младшекурсников 후배 (хубэ), социальная дистанция между которыми должна поддерживаться проявлениями вежливости со стороны последних. В студенческие годы проводятся совместные мероприятия, направленные на сплочение коллектива, например, походы, организуемые на территории национальных горных парков [12].

Конфуцианская традиция обучения главным образом сосредотачивалась на заучивании канонических текстов. Исследователи указывают на сохранение формата «вызубривания» материала [16], а также слабое развитие творческого начала, ведущее к упадку гуманитарного образования в Корее, т.к. изучение ограничивается предложенным программой или учителем [17].

Слово образование – 교육 (кёюк) – состоит из терминов «обучение» и «воспитание», происходящих из конфуцианской традиции. Таким образом, 교육 – это не только интеллектуальный рост, но и воспитание [18]. Курс этики присутствует в общеобразовательных школах на каждом году обучения, и, как в конфуцианской традиции «управления с помощью примера», от поведения учителя ожидается соответствие морально-этическим нормам [19]. Конфуцианство становится частью

образовательного процесса само по себе, и учебники по этике и обществознанию включают конфуцианские семейные нормы и нормы социальной ответственности, например, 삼강 오륜 (самган орюн). т.е. «пять отношений и три связи» конфуцианства. Представление «о хорошем и плохом» берут за основу идею, что понятие «хороший человек» – носитель одной из важных конфуцианских добродетелей – 예의 (еи), означающей вежливость, учтивость, любезность и правила поведения. Значительное внимание в учебниках уделяется и нераздельности морали, общества и политики, а также гармонии личности, семьи и сообщества [18].

Таким образом, конфуцианство исторически сформировало в Корее культ образования как обязанности каждого человека развиваться интеллектуально и духовно. Его укреплению послужила возможность посредством усердной учебы получить высокую должность и статус. Аналогичная ситуация наблюдается и в наши дни, когда для успешной сдачи выпускного экзамена, определяющего возможность поступить в престижный вуз, дети с дошкольного возраста посвящают почти все время обучению, что, несомненно, влияет на их удовлетворенность жизнью и вызывает критику среди самих корейцев. Особую роль конфуцианство сыграло в формировании почтительного уважения к учителю и его работе, а конфуцианская иерархия пронизывает образовательную среду как в плоскостях взаимодействий преподавательского состава и учащихся, так и учеников старших и младших классов. Принципы учения, как таковые становятся, элементом изучения школьной программы в период всего срока обучения.

Литература:

1. 금융권 CEO 출신대학.서울대 > 고려대 > 연세대 (Университеты, которые окончили генеральные директора финансового сектора. Сеульский национальный университет> Корейский университет> Университет Ёнсе) [Электронный ресурс]. – URL: <https://n.news.naver.com/mnews/article/013/0002007480?sid=101> (дата обращения: 11.11.2025).
2. Spending on Private Education Hits Record High [Электронный ресурс]. – URL: https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=e&Seq_Code=191589 (дата обращения: 11.11.2025).
3. 성경혜, 김춘경. 부모의 교육열과 아동의 자아존중감, 내재화 및 외현화 문제, 학교적응 간 구조적 관계: 아동의 성별에 따른 다집단 분석* (Сон Чжонхе, Ким Чхунгён. Структурные связи между образовательным энтузиазмом родителей и самооценкой детей, внутренними и внешними

проблемами и адаптацией к школе: многогрупповой анализ по полу ребенка*). – 2019. – № 13. – Р. 47-71.

4. Opinion | South Korea's Education System Hurts Students - The New York Times [Электронный ресурс]. – URL: https://www.nytimes.com/2014/08/02/opinion/sunday/south-koreas-education-system-hurts-students.html?hp&action=click&pgtype=Homepage&module=c-column-top-span-region&region=c-column-top-span-region&WT.nav=c-column-top-span-region&_r=0 (дата обращения: 09.11.2025).

5. Гусев А. Н., Кашфуллина К. Р., Насонов К. А. Реформы высшего образования в Китае и Республике Корея: использование зарубежного опыта в модернизации системы // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2014. – № 1. – С. 122-149.

6. 학부모 교육열과 부모 역할 (Энтузиазм родителей в отношении образования и их роль) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.munhwa.com/article/11376476> (дата обращения: 07.11.2025).

7. Корея остается несчастливой страной для многих детей [Электронный ресурс]. – URL: <https://vseokoree.com/news/deti> (дата обращения: 07.11.2025).

8. Low-income households cut education spending in Korea - The Korea Herald [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.koreaherald.com/article/666404> (дата обращения: 11.11.2025).

9. Кирьянов О. Южная Корея: Цена экономического чуда – М.: АСТ, 2024. – 355 с.

10. Чалай Е.В. Теоретические и практические аспекты формирования у будущих учителей Республики Корея ценностного отношения к педагогической профессии. – Уссурийск, 2015. – 223 с.

11. 한국인은 어떤 직업을 선호할까요? 직업 순위 top 10 (Какую работу предпочитают корейцы? Топ-10 рейтингов профессий) [Электронный ресурс]. – URL: <https://wannaread.tistory.com/789> (дата обращения: 09.11.2025).

12. Ланьков А.Н. Корея: будни и праздники. – М.: Междунар. отношения, 2000. – 480 с.

13. Buja E. Hofstede's Dimensions of National Cultures Revisited: A Case Study of South Korea's Culture // Acta Universitatis Sapientiae, Philologica. – 2016. – № 8,1. – Р. 169-182.

14. Тихомирова Е. Е. Специфика субъектно-объектных отношений учителя и ученика в конфуцианской традиции // Китай: история и современность: материалы VII междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 17-19 окт. 2013 г. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – С. 46-51.

15. Данилова Л. Н. Педагогические ценности в Республике Корея // Ценности и смыслы. – 2020. – № 6. – С. 58-70.

16. Традиционные ценности в современной Корее [Электронный ресурс]. – URL: <https://koryo-saram.site/traditsionnye-tsennosti-v-sovremennoj-koree/> (дата обращения: 08.11.2025)

17. Курбанов С.О. Конфуцианский классический «Канон сыновней почтительности» в корейской трактовке. Корейское восприятие универсальной категории «почтительности к родителям». – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. – 280 с.

18. Edward Y.J. Chung. Korean Confucianism: Tradition and Modernity. – Gyeonggi-do, 2015. – 180 p.

19. Levent F., Pehlivan M. Confucianism's influence on ethics education in South Korea // Journal of Human Sciences. – 2017. – Vol. 14. – № 1. – P. 321-330.

РОЛЬ ЯДЕРНОГО ОРУЖИЯ В ПОЛИТИКЕ ФРАНЦИИ ПРИ Н. САРКОЗИ И Э. МАКРОНЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

К. А. Козловская

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, KozlovskayaK27@yandex.ru

Научный руководитель: Гаврилова В. А., к.и.н., доцент

В статье рассматривается эволюция подходов к ядерному оружию Франции при Николя Саркози (2007-2012) и Эмманюэле Макроне (2017-по наст. время). Целью данной статьи является сравнение роли ядерного оружия во внешней политике Франции во время президентства Саркози и Макрона. При написании были использованы общенаучные методы исследования: сравнительный анализ и метод анализа документов.

The article examines the evolution of approaches to French nuclear weapons under Nicolas Sarkozy (2007-2012) and Emmanuel Macron (2017-present time). The purpose of this article is to compare the role of nuclear weapons in French foreign policy during the presidency of Sarkozy and Macron. The article uses general scientific research methods: comparative analysis and a method for analyzing documents.

Ядерное оружие занимает важное место во внешнеполитической доктрине Франции, выступая не только как инструмент сдерживания, но и как символ национального суверенитета и независимости. С момента создания собственного ядерного потенциала в 1960-х годах Париж придерживался доктрины «строгой достаточности», которая была ориентирована на защиту жизненно важных национальных интересов и

сохранение автономии в принятии решений. Однако характер этой доктрины адаптируется к меняющейся международной обстановке, а также к внутренним политическим установкам действующих президентов. Сравнение стратегических документов эпох Саркози и Макрона позволяет проследить эволюцию французского подхода к ядерному оружию. При Саркози в 2008 году была опубликована Белая книга по обороне и национальной безопасности, которая закрепила курс на «атлантизм с голлизмом»: с одной стороны – возвращение Франции в военные структуры НАТО и укрепление трансатлантических связей, с другой – сохранение независимости ядерного потенциала и отказ от участия в Группе ядерного планирования Альянса.

Президентство Саркози характеризовалось стремлением совместить традицию «голлизма» с активным участием в трансатлантических структурах. Как отмечает Панюжева М. М., Саркози не отвергал ядерное оружие как инструмент суверенитета, но при этом последовательно сближал Францию с США и НАТО [4]. Возвращение Франции в структуры НАТО в 2009 году стало символическим жестом, подтверждающим курс на «атлантизацию» внешней политики. Однако, как отмечает Зубенко А. С., Париж при этом сохранил стратегическую автономию в ядерной сфере: Франция осталась вне группы ядерного планирования НАТО и продолжила осуществлять независимую ядерную политику [2].

Важным решением Саркози стало сокращение ядерного арсенала до 300 боеголовок, что демонстрирует ответственность в области ядерных сил. Однако, как отмечает Зверева Т.В., этот жест носил преимущественно оптимизационный, а не идеологический характер: Париж продолжал рассматривать ядерное оружие как ключевую гарантию национального суверенитета [1].

При Макроне традиционные Белые книги были заменены более гибким и оперативным инструментом – Национальным стратегическим обзором (RNS), впервые опубликованным в 2017 году и обновлённым в 2022 и 2025 годах. Президентство Макрона, особенно после 2022 года, охарактеризовалось переоценкой приоритетов во внешней политике. Как отмечают Зуева К. П. и Тимофеев П. П., до начала конфликта на Украине Макрон выступал за «стратегическую автономию Европы» и даже предлагал диалог с Россией о «новой архитектуре безопасности» [3]. Однако с 2022 года курс резко сместился в сторону атлантизма: Франция ужесточила санкционную политику, увеличила военные расходы и объявила Россию «главной угрозой» для Европы.

В ядерной сфере ключевой инициативой Макрона стало провозглашение «европейского измерения» французского сдерживания.

В своей речи 2020 года он заявил, что жизненно важные интересы Франции «отныне имеют европейское измерение», и предложил европейским партнёрам вести диалог о возможной роли французского ядерного щита в коллективной безопасности. Эта идея, хотя и не была реализована, демонстрирует отказ от строго национального подхода в пользу интеграции ядерных сил Франции в европейскую безопасность.

Тем не менее, как указывает Чихачёв А., предложение о «европейском зонтике» сочетается с военно-политическим сближением с Великобританией и Польшей [5]. Особое значение имеет декларация «Ланкастер 2.0», подписанная Макроном и премьер-министром Великобритании Сунаком в марте 2023 года. Документ, ставший логическим продолжением исторических Ланкастерских соглашений 2010 года, впервые официально зафиксировал намерение Парижа и Лондона координировать свои ядерные доктрины. Это демонстрирует желание Парижа усилить свою роль в рамках НАТО. Однако ещё более глубокий сдвиг произошёл в июле 2025 года, когда президент Макрон и британский премьер-министр Кир Стармер подписали Нортвудскую декларацию – документ, впервые провозгласивший готовность Франции и Великобритании совместно применять ядерное оружие в случае «экстремальной угрозы» европейским союзникам [11]. Хотя каждая страна сохраняет полный суверенитет над своим арсеналом, эта договорённость знаменует ещё больший уровень стратегического доверия.

Особенно показательно, что в Национальной стратегической концепции 2025 ядерное оружие упоминается почти сто раз, однако его роль сводится лишь к поддержанию «строгой достаточности» и «неприемлемого ущерба» [7]. При этом границы «жизненно важных интересов» остаются неуточненными. Можно предположить, что ядерная доктрина сегодня служит не столько военной, сколько политической цели. Париж стремится к укреплению статуса Франции как державы, способной говорить на равных с США и Китаем.

Можно сделать вывод, что сравнение ядерной политики Франции при Саркози и Макроне демонстрирует эволюцию ядерного оружия стратегической культуры под давлением международных вызовов. Саркози повернулся в сторону атлантизма, при этом ядерное оружие оставалось национальным инструментом суверенитета. Макрон, напротив, действует в условиях системного кризиса: после 2022 года он делает ставку на атлантизм, объявляя Россию главной угрозой и усиливая солидарность с НАТО. Стратегические документы отражают эту трансформацию: Белая книга 2008 года утверждала баланс между автономией и альянсом, тогда как Национальный стратегический обзор

2025 года представляет собой не стратегию, а «план действий» под лозунгом «инфляции угроз».

Таким образом, если при Саркози ядерное оружие служило символом независимости в условиях атлантической интеграции, то при Макроне оно становится политическим инструментом для укрепления позиций Франции внутри НАТО. В итоге, несмотря на заявления о «европейском зонтике», Париж фактически отказывается от претензий на стратегическую автономию в пользу роли надёжного, но второстепенного партнёра в западном блоке.

Литература:

1. Зверева Т.В. Внешняя политика современной Франции. – М., 2014. – 335 С.
2. Зубенко А. С. Роль ядерного оружия в современной стратегической культуре Франции // – Индекс Безопасности – Научные записки. – М.: ПИР-Пресс, 2023. – 60 с.
3. Зуева К. П., Тимофеев П. П. Французская защита: внешняя политика Э. Макрона в 2022-2023 гг. // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН – 2023. – №3. – С. 62-78.
4. Панюжева М. М. Французская Политика Н.Саркози (2007-2012 гг.) // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. – 2013. – №11 (286). – С. 118-127.
5. Чихачев А. Неутраченные иллюзии: французская стратегия 2025 [Электронный ресурс] // Российский совет по международным делам – 2025. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/neutrachennye-illyuzii-frantsuzskaya-strategiya-2025/> (дата обращения: 15.11.2025).
6. Чернега В.Н. Ядерный арсенал Франции и ее подходы к нераспространению и запрещению ядерного оружия // Актуальные проблемы Европы. – №3. – 2020. – С. 94-117.
7. Leblanc A. Revue Nationale Stratégique 2025: progrès, limites [Electronic resource] // Expressions par Montaigne. Institut Montaigne – 2025. – URL: https://www.institutmontaigne.org/expressions/revue-nationale-strategique-2025-progres-limites?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=montaigne-expressions&utm_term=leblanc-rns-progres-limites (accessed: 15.11.2025).
8. Livre Blanc sur la Défense, 2008 (Белая книга по обороне, 2008) // European Council on Foreign Relations (Европейский совет по международным отношениям). – 2008. – 136 p.

9. Livre Blanc sur la Défense et Sécurité Nationale, 2013 (Белая книга по обороне и национальной безопасности, 2013) // Représentation permanente de la France auprès de l'Organisation du traité de l'Atlantique Nord (Постоянное представительство Франции при организации Североатлантического договора) – 2013. – 332 p.

10. Revue nationale stratégique 2025 [Electronic resource]. – URL: <https://www.sgdsn.gouv.fr/publications/revue-nationale-strategique-2025> (accessed: 15.11.2025).

11. U.K. and France Sign First Nuclear Pact to Fend Off Threat to Europe [Electronic resource]. – URL: https://www.nytimes.com/2025/07/10/world/europe/starmer-macron-nuclear-agreement.html?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.622b5171xaqzky (accessed: 15.11.2025).

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ В МИРОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ НА ПРИМЕРЕ ИМПОРТА ПОСЛЕ ВЫХОДА ИЗ ЕС

А. В. Коваленко

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск, kovalenkonasta10@gmail.com

Научный руководитель: Куликова Д. Н., к.и.н.

В статье анализируется место Великобритании в мировой экономике после её выхода из ЕС, а именно показатели импорта Великобритании. В исследовании также обозначаются основные торговые партнеры Великобритании по импорту. Также определяется место ЕС в импорте Великобритании после Brexit.

The article analyzes the UK's place in the global economy after its exit from the EU, namely, the UK's import figures. The study also identifies the UK's main import trading partners. It also determines the EU's place in UK imports after Brexit.

Великобритания, островное государство с богатой историей и развитой экономикой, играет важную роль в мировых экономических процессах. Исторически Великобритания всегда была одной из ключевых держав в мировой торговле, опираясь на свою роль финансового центра и развитую портовую инфраструктуру. Однако, выход из Европейского союза в 2020 г., известный как Brexit, кардинально изменил ее положение в глобальных экономических процессах, особенно в сфере импорта. Если ранее Великобритания была неотъемлемой частью крупнейшего в мире единого рынка, то теперь она вынуждена перестраивать свои торговые отношения, балансируя между

новыми возможностями «Глобальной Британии» и неизбежными издержками, вызванными появлением торговых границ с ближайшим соседом. Анализ импорта Великобритании является отличным способом понять место страны в глобальной торговле, ее экономическую зависимость и стратегические приоритеты.

Импорт Великобритании характеризуется диверсифицированной структурой, включающей широкий спектр товаров и услуг. Основные категории импорта включают: промышленные товары, топливо и энергоносители, продовольствие и сельскохозяйственная продукция, услуги. Великобритания, как и многие европейские страны, является импортером энергоносителей, нефти, газа и угля. Также Великобритания импортирует значительную часть потребляемого продовольствия.

В 2025 г. заметный рост импорта наблюдался в отношении золота, газовых турбин, автомобилей и лекарств [3].

До выхода из ЕС до 50% всего импорта Великобритании поступало из стран Евросоюза. После 2021 г. правительство активно стремилось сократить эту зависимость, диверсифицируя источники поставок. В 2021 г. Великобритания подписала торговое соглашение с Австралией и Новой Зеландией [9]. Также Великобритания присоединилась к Всеобъемлющему и прогрессивному соглашению для Транстихоокеанского партнерства, что открывает доступ к рынкам 11 стран и упрощает импорт товаров из таких стран, как Япония, Вьетнам и Сингапур. Помимо этого, ведутся активные переговоры о заключении крупного соглашения с Индией, которое может значительно упростить импорт текстиля, фармацевтики и услуг. Переговоры с США, хотя и замедлились, остаются стратегическим приоритетом [4]. Продолжается углубление торговых отношений с Китаем (крупнейшим поставщиком потребительских товаров) и странами, не входящими в ЕС, такими как Турция и Швейцария. В июле 2025 г. Соединенное Королевство импортировало в основном из Германии (легковые автомобили, автодома, самолеты и двигатели), Соединенных Штатов (золото, детали для самолетов), Китая (автомобили, сырая нефть, косметические товары), Нидерландов (нефть, нефтепродукты, телекоммуникационное и звукозаписывающее оборудование) и Франции (транспортное оборудование, продукты пищевой промышленности и химикаты) [3].

В 2019 г. импорт Великобритании составил 692 млрд долларов США [5]. Выход Великобритании из Европейского союза стал переломным моментом в ее торговой политике и оказал существенное влияние на импорт. Brexit привел к появлению новых торговых барьеров между Великобританией и ЕС, таких как таможенные пошлины,

проверки и регуляторные различия. Теперь каждый груз, пересекающий границу ЕС-Великобритания, требует таможенной декларации, что значительно увеличило административную нагрузку и задержки на границах. Эти новые барьеры привели к увеличению сроков поставок, заторам в портах и непредсказуемости, что сделало европейский импорт менее привлекательным и более дорогим.

Выход Великобритании из ЕС стал переломным фактором для импортной политики страны: введение торговых барьеров с ЕС привело к росту издержек, задержкам и административной нагрузке, что стимулировало Лондон к активной диверсификации торговых партнёров. Несмотря на это, ЕС остаётся важным источником импорта, но доля европейских поставок сократилась в пользу рынков Индо-Тихоокеанского региона, США и других внеевропейских партнёров.

Литература:

1. Короткая А. Г., Черникова С. Ю., Место и роль Великобритании в мировой экономике – г. Есентуки: филиал СГПИ. – 2000 г. – С. 5.

2. Алиева Б. Р., Последствия «Брексит» для внешнеэкономических связей Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии- г. Москва: Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. – 2016 г. – С. 6.

3. Великобритания / Импорт / Весь мир / 2019 [Электронный ресурс]. – URL: https://trendeconomy.ru/data/total_structure_h2?time_period=2019&reporter=UnitedKingdom&trade_flow=Import&commodity=TOTAL&partner=World (дата обращения: 02.11.2025).

4. CPTPP: full agreement text [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/cptpp-full-agreement-text> (дата обращения: 15.11.2025).

5. UK trade in numbers [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.uk/government/statistics/uk-trade-in-numbers/uk-trade-in-numbers-web-version> (дата обращения: 21.10.2025).

6. United Kingdom (GBR) Exports, Imports, and Trade Partners [Электронный ресурс]. – URL: <https://oec.world/en/profile/country/gbr> (дата обращения: 27.10.2025).

7. UN comtrade [Электронный ресурс]. – URL: <https://comtradeplus.un.org/> (дата обращения: 21.10.2025).

8. United Kingdom Import By Country [Электронный ресурс]. – URL: <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/imports-by-country> (дата обращения: 21.10.2025).

9. UK's post-Brexit trade deals with Australia and New Zealand kick in [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/business/2023/may/31/uk-post-brexit-trade-deals-with-australia-and-new-zealand-kick-in> (дата обращения: 15.11.2025).

РОЛЬ ТРАДИЦИОННЫХ ОТЕЛЕЙ РЁКАН В РАЗВИТИИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА ЯПОНИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX в.

И. Н. Комогорцев

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, kotok20051@gmail.com**

Научный руководитель: к.псх.н., доцент О. В. Москвина

В статье рассматривается роль традиционных гостиниц рёкан в развитии гостиничного бизнеса Японии во второй половине XX в., анализируются культурные, исторические и экономические аспекты их функционирования, а также специфика японского традиционного гостеприимства в условиях стремительной модернизации отрасли.

The article examines the role of traditional ryokan inns in the development of Japan's hospitality industry in the second half of the twentieth century, analyzing the cultural, historical, and economic aspects of their operation, as well as the distinctive features of Japanese traditional hospitality in the context of the rapid modernization of the sector.

Развитие гостиничной индустрии Японии во второй половине XX в. сочетало сохранение национальных традиций с адаптацией к новым социально-экономическим условиям. Изучение роли рёканов актуально ввиду роста туризма, глобализации гостеприимства и стремления сохранить культурное наследие и традиции омотэнаси — японского радушия и высокого сервиса.

Особенность японской индустрии гостеприимства в значительной мере определяется культурой традиционного размещения. Рёкан — это традиционное место проживания, популярное среди японцев с древних времён. Помимо предоставления жилья, рёканы позволяют ощутить японский образ жизни, насладиться традиционной культурой и попробовать местные деликатесы [1].

Таким образом, рёкан — это гостиница традиционного типа, которая характеризуется верностью культурным обычаям, высоким уровнем сервиса и специфическими правилами взаимодействия с клиентами. В рёканах реализуется принцип омотэнаси — заботливого гостеприимства,

основанного на предвосхищении потребностей гостя. В отличие от западных отелей, где обслуживание строится по запросу, персонал рёкана действует проактивно: служащая накаи сама сервирует чай и готовит футон к сну, создавая ощущение уюта и внимания. Эти особенности подчёркивают уникальный характер японского гостеприимства и отличают рёкан от стандартных сетевых отелей [2].

С исторической точки зрения рёканы являются хранителями многовековых традиций. Некоторые из них ведут свою историю со средневековья: например, рёкан «Нисияма Онсэн Кейункан» был основан в 705 г. и известен как старейший отель в мире [3]. Многие рёканы передаются по наследству на протяжении поколений, что придаёт им особый культурный статус. Государство, со своей стороны, признало ценность этих объектов: в 1950 г. был принят «Закон о защите культурных ценностей», установивший механизмы охраны архитектурных памятников и традиционных территорий, к которым относятся и исторические рёканы [4].

В результате реализации этого закона были созданы условия для сохранения старейших и наиболее значимых гостиниц страны, что способствовало развитию исторического туризма и формированию позитивного образа Японии на международной арене.

Экономические процессы второй половины XX в. существенно перестроили положение рёканов. Послевоенное восстановление и рост доходов усилили внутренний туризм, но параллельно вестернизация крупных городов и приток деловых поездок стимулировали появление отелей западного типа. К 1970-м деловые клиенты переключились на недорогие бизнес-отели с индивидуальными удобствами, и многие городские рёканы уступили рынок [2].

С 1990-х гг. число рёканов стабильно сокращается из-за конкуренции сетей, кризиса преемственности семейного управления и изменившихся ожиданий гостей [5]. В конце XX в. рёканы сместились из массового городского сегмента в нишу культурно-премиального продукта, оставаясь отличительным активом японской индустрии гостеприимства.

Рассмотрение развития рёканов в гостиничном бизнесе Японии во второй половине XX в. показывает, что данная сфера эволюционировала под влиянием одновременно модернизационных и традиционных факторов. Во второй половине XX века рёканы сыграли двойную роль: они адаптировались к новым условиям и запросам, оставаясь при этом хранителями духа японского гостевого дома.

Литература:

1. 平成旅館 Q&A あなたの疑問に答えます！ | 観光庁 (Вопросы и ответы о рёкане Heisei Мы отвечаем на ваши вопросы! | Туристическое агентство) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.mlit.go.jp/kankocho/ryokan/index_ja.html (дата обращения: 09.11.2025).
2. Japan's Traditional Inns Innovate to Thrive in a Declining Market // Nippon.com. – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00737/> (дата обращения: 09.11.2025).
3. Nippon.com. Японские рёканы: традиции гостеприимства и современность [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nippon.com/ru/features/jg00092/> (дата обращения: 09.11.2025).
4. 文化財保護法 (1950) (Закон о защите культурных ценностей 1950 г.) [Электронный ресурс]. – URL: <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=325AC0100000214> (дата обращения: 09.11.2025).
5. Unseen Japan. Kyoto Ryokans Stop Serving Traditional Japanese Food That Foreign Tourists Hate [Электронный ресурс]. – URL: <https://unseen-japan.com/kyoto-ryokan-food-foreign-tourists/> (дата обращения: 09.11.2025).

ФЕНОМЕН СРЕДНЕЙ ДЕРЖАВЫ В СОВРМЕННОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ПОЛЬША

Ю. Д. Коньшина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, iu.krysyuk@yandex.ru

Научный руководитель: Гаврилова В. А. к.и.н., доцент

В работе анализируется статус Польши как средней державы на основе её экономического потенциала, военных возможностей, активности в НАТО и ЕС, а также участия в региональных инициативах, включая «Инициативу трёх морей». Показано, что Польша соответствует ключевым признакам средней державы и усиливает влияние в Центральной и Восточной Европе благодаря модернизации обороны и стратегии энергетической диверсификации. Делается вывод, что её роль заметно растёт, хотя остаётся преимущественно региональной.

The paper examines Poland's status as a middle power based on its economic capacity, military modernization, engagement within NATO and the EU, and

participation in regional initiatives such as the Three Seas Initiative. The study concludes that Poland meets key middle-power criteria and is strengthening its influence in Central and Eastern Europe, though its impact remains largely regional.

В современном научном дискурсе теория деления государств на малые, средние и великие державы сохраняет актуальность, поскольку отражает тенденции формирования многополярной международной системы и позволяет аналитически объяснять распределение влияния между акторами.

Цель данного исследования — определить степень соответствия Польши критериям средней державы и проанализировать её внешнеполитическое позиционирование в контексте современных теоретических подходов. В качестве методов использованы сравнительный анализ, системный анализ и исторический метод.

Основы теоретического подхода к разграничению типов государств были заложены такими авторами, как Х. Булл, Р. Кеохейн,. Категорию «средней державы» сформировали такие исследователи как Дж. Холл, А. Чапник, К. Унгерер [1][2][14]. Их работы установили концептуальные параметры, применяемые для анализа роли государств в международной системе. При этом данная категория остаётся наименее изученной по сравнению с двумя другими типами, что проявляется в теоретических неопределённостях и методологических расхождениях при её применении.

Принято выделять несколько ключевых признаков средней державы:

1. Обладание развитой и относительно диверсифицированной экономикой, достаточной для финансирования внешнеполитических инициатив, поддержания устойчивости и участия в международных программах.

2. Способность обеспечивать собственную безопасность и вносить вклад в коллективные военные структуры, однако её возможности не должны достигать глобального уровня.

3. Активная и многосторонняя дипломатия, в том числе участие в международных организациях и инициирование региональных проектов.

4. Стремление к укреплению международного статуса, подчёркнутое внимание к нормам международного права, посредничеству, поддержке партнеров. Продвижение норм и ценностей, соответствующих их интересам, через роль посредника или медиатора.

5. Влияние на международную среду, при помощи экономических, военных, дипломатических и институциональных инструментов, но в пределах регионального или субрегионального уровня [2][3].

Польша, вследствие своей географии, стремительного роста оборонных расходов, участия в трансевропейских энергетических и

инфраструктурных инициативах, а также усиления военно-политической роли в НАТО занимает ключевую позицию в политической конфигурации Восточной и Центральной Европы. Являясь активным участником современного политического дискурса, Польша представляет интерес для наблюдения и исследования, вследствие этого типизация в рамках теории великих, средних и малых держав может давать ключ к большему пониманию политики данной страны и ее позиционированию [4].

Польша является одной из крупнейших экономик Центральной Европы, занимая значительное место в экономической структуре ЕС. После 2004 года экономика страны продемонстрировала высокие темпы роста, устойчивость и успешную интеграцию в единый рынок. Польша остаётся крупнейшим получателем фондов ЕС, что позволяет ей поддерживать инфраструктурные и цифровые проекты, но тем не менее оставаясь зависимой от более крупных игроков.

К тому же, Польша значительно увеличила оборонные расходы, превысив порог в 4% ВВП, что является одним из самых высоких показателей в НАТО. Проекты по укреплению границы, включая «Щит Востока», и развитию инфраструктуры обороны демонстрируют стремление Польши к более значимому статусу в европейской системе безопасности [4][7]. Согласно «Стратегии внешней политики 2017–2021 гг.» и «Стратегии национальной безопасности 2020 г.», государство официально позиционирует себя как региональный актор, реализующий проактивную внешнюю политику в интересах как национального развития, так и Европейского союза. Центральное место в обеспечении национальной безопасности и реализации внешнеполитических задач отводится институциональным механизмам ЕС и НАТО [12][13].

Данный подход так же соотносится с теоретической концепцией «средней державы», характеризующейся ограниченными ресурсами и стремлением компенсировать их посредством сотрудничества с более влиятельными акторами. Таким образом, партнёрство между великими и средними державами приобретает взаимовыгодный характер: первые получают надёжного союзника, вторые — гарантии безопасности и дополнительные экономические и политические преимущества [3].

Что же касается дипломатической деятельности Польша активно продвигает инициативы, направленные на укрепление сотрудничества в Центральной и Восточной Европе, включая «Инициативу трёх морей» и Вышеградскую группу [4][10]. Эти платформы позволяют Польше усиливать связность региона, продвигать транспортные и энергетические проекты, а также укреплять собственные позиции в ЕС. Польша выступает инициатором значимых энергетических и инфраструктурных

проектов, стремясь снизить зависимость региона от внешних поставщиков и повысить стратегическую автономию.

В последние годы Польша реализует масштабную стратегию диверсификации энергопоставок: развитие терминалов СПГ, расширение газопроводов в направлении Скандинавии, модернизация сетей и создание условий для новых источников энергии. Параллельно Польша готовится к строительству своей первой атомной электростанции и развивает ветроэнергетику в Балтике. Эти проекты усиливают её роль в региональной энергетической архитектуре.

Польша занимает активную позицию в обсуждении вопросов европейской безопасности, политики расширения ЕС и поддержки Украины. Её позиция нередко формирует общий тон дискуссий в ЕС по вопросам восточной политики. Польша стремится оказывать влияние на выработку правил и норм, приоритетных для региона [11].

В польской внешнеполитической риторике отчётливо просматривается стремление к статусной политике («status-seeking»), выражающееся в акценте на нормах международного права, правах человека и поддержке государств постсоветского пространства, ориентированных на евроатлантическую интеграцию (Украина, Молдова, Грузия). Подобная позиция отражает историческую чувствительность польских элит к геополитическому положению страны, а также амбиции Варшавы по укреплению роли в пространстве Центральной и Восточной Европы и частично — Южного Кавказа [5].

Несмотря на периодические политические разногласия с институтами ЕС, официальные документы подчёркивают ключевое значение НАТО как основного гаранта безопасности, а ЕС — как источника социально-экономической модернизации [12][13].

В совокупности эти факторы позволяют рассматривать Польшу как государство со статусом средней державы, имеющее структурные ресурсы, институциональное влияние и политическую волю для активного участия в региональной политике. Тем не менее, Варшава позиционирует себя не как «среднюю державу», а как «региональную силу» и будущий центральноевропейский центр принятия решений, подчёркивая свою роль «щитовой» державы ЕС. Европейский союз, в свою очередь, признаёт активную роль Польши, однако в большей степени относит её к усиленным средним державам, обладающим растущим, но ещё не системообразующим потенциалом [5][6][8].

Литература:

1. Бритова В.Р. Основные подходы к пониманию «средней державы» // Евразийство и мир. - 2022. - №1. - С. 47-53.

2. Вершинина В.В. «Державы среднего уровня» в международных отношениях: сравнительный анализ концептуальных подходов // Сравнительная политика. - 2020. - №3. - С. 25-39.
3. Кудряшова И.В. Легко ли быть средневеликим // Международные процессы. - 2008. - №3. - С. 78–83.
4. “Security, Europe!”: Poland's Rise as NATO's Defense Spending Leader [Electronic resource] // Wilson Center. - URL: <https://www.wilsoncenter.org/article/security-europe-polands-rise-natos-defense-spending-leader?> (accessed: 23.11.2025).
5. Bharti S.S., Aryal S.K., Kutsyk A. The Ukraine crisis: Poland as a strategic crossroad in Eastern Europe // Eastern Journal of European Studies. - 2024. - №1. - С. 324-344.
6. Gal Z. Europe Divided? Can Warsaw Become the Regional Leader of the Central and Eastern European Region? // The Jagiellonian idea. - 2017. - №3. - С. 235-260.
7. Poland allocated largest share of new EU defence programme, with €44bn in loans [Electronic resource] // Notes from Poland. - URL: <https://notesfrompoland.com/2025/09/09/poland-allocated-largest-share-of-new-eu-defence-programme-with-e44bn-in-loans/> (accessed: 23.11.2025).
8. Poland Country Brief. A rising regional leader built upon healthy fundamentals and geostrategic leverage [Electronic resource] // Institute of New Europe. - URL: <https://ine.org.pl/en/poland-country-brief-a-rising-regional-leader-built-upon-healthy-fundamentals-and-geostrategic-leverage/> (accessed: 30.11.2025).
9. Poland vows to lift defense spending to 4.8% of GDP amid rising threat from Russia [Electronic resource] // Global Watch. - URL: https://globalwatch.info/en_GB/articles/gc7/features/2025/09/08/feature-02/Poland-vows-to-lift-defense-spending-to-4-8-of-GDP-amid-rising-threat-from-Russia (accessed: 23.11.2025).
10. Poland: Cornerstone of the Three Seas Initiative [Electronic resource] // The National Interest. - URL: <https://nationalinterest.org/feature/poland-cornerstone-of-the-three-seas-initiative> (accessed: 23.11.2025).
11. Smoliński P. R., Januszewicz J., Pawłowska B., Winiarski J. Nuclear Energy Acceptance in Poland: From Societal Attitudes to Effective Policy Strategies [Electronic resource] // arXiv. — 2023. — URL: <https://arxiv.org/abs/2309.14869> (accessed: 23.11.2025).
12. Strategia bezpieczeństwa narodowego Rzeczypospolitej Polskiej. 2014. [Electronic resource] // Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. - URL: <https://www.bbn.gov.pl/pl/prace-biura/publikacje/6880,StrategiaBezpieczenstwa-Narodowego-RP.html> (accessed: 22.11.2025).

13. Strategia polskiej polityki zagranicznej. 2017–2021. [Electronic resource] // Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. - URL: <https://www.gov.pl/web/dyplomacja/strategia> (accessed: 22.11.2025).

14. Thorhallsson B. Studying small states: A review // Small States & Territories. - 2018. - Vol. 1, №1. - С. 17–34.

РОЛЬ МЕДИА КНР В ФОРМИРОВАНИИ ВОСПРИЯТИЯ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ У РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ

А. В. Кузнецова

**Новосибирский Государственный Технический Университет,
Новосибирск, angelinka-kuznetsova-04@mail.ru
Научный руководитель: Бурцева Е. В., ст.преп.**

Статья посвящена исследованию влияния китайских медиа — фильмов, книг, цифрового контента и блогосферы — на формирование восприятия китайской культуры российской аудиторией. На основе теоретических подходов к медиа-влиянию и межкультурной коммуникации, а также анализа анкетирования, проведённого в рамках исследования, выявлены ключевые механизмы формирования образа Китая. Определены критерии оценки роли медиа КНР: интенсивность контакта, характер контента, уровень доверия и эмоциональная оценка. Работа демонстрирует, что медиа КНР способны формировать культурные образы, однако степень их воздействия зависит от доверия аудитории и её предшествующих стереотипов.

The article examines how Chinese media—films, books, television, and digital content—shape the perception of Chinese culture among Russian audiences. Based on media influence theories and an audience survey, the study identifies key mechanisms through which Chinese cultural narratives are formed. Criteria for assessing the role of Chinese media include exposure frequency, content type, trust level, and emotional evaluation. The results show that Chinese media contribute to cultural perception, although their impact is moderated by existing stereotypes and trust in media sources.

В последние годы Китай активно развивает международные медийные проекты, рассматривая их как стратегический элемент «мягкой силы» [13]. В России при этом усиливается интерес к восточным культурам, что делает изучение роли медиа КНР в формировании образа Китая особенно актуальным. Несмотря на расширение медиа-присутствия КНР, степень влияния этих ресурсов на российскую аудиторию остаётся недостаточно изученной, особенно в возрастной группе 14–40 лет, наиболее активной в цифровом медиапространстве.

Актуальность определяется растущей медиаприсутствием Китая, активизацией культурной дипломатии и необходимостью анализа того,

насколько медиа КНР формируют представления российской молодёжи о китайской культуре [10].

Цель исследования — определить роль китайских медиа в формировании культурного восприятия Китая российской аудиторией.

Задачи исследования:

1. Определить, как китайская культура представлена в медиа КНР и как она понимается российской аудиторией.
2. На основе анкетирования выявить критерии и степень влияния медиаконтента КНР на образ Китая у россиян.

В настоящем исследовании культура понимается как совокупность практик, норм, ценностей, символов, исторических нарративов, художественных традиций и современных форм культурного выражения, которые транслируются через медиаконтент — фильмы, сериалы, литературу, цифровые платформы и блогосферу [3].

Культура рассматривается как смысловой конструкт, который формируется в процессе медиа-коммуникации, интерпретации и сравнительного анализа российским зрителем в условиях межкультурного взаимодействия [4].

Теоретическая база работы опирается на:

- модели медиа-влияния (пропагандистская модель; фрейминг; установление повестки) [5];
- концепцию публичной и культурной дипломатии [6];
- теории межкультурной коммуникации, включая культурную грамотность и гипотезу межгруппового контакта [7], [4];
- модель культурных измерений Хофстеде, объясняющую различия восприятия контента в коллективистских и индивидуалистических обществах [8].

Объект исследования — восприятие российской аудиторией китайского культурного контента.

Предмет — роль медиаресурсов КНР в формировании этого восприятия.

Метод исследования — онлайн-анкетирование российской аудитории. В данном эксперименте выборка составляет 150 человек.

Анкета включала вопросы о частоте контакта с медиаконтентом КНР, типах потребляемых медиа, уровне доверия, общей эмоциональной оценке китайской культуры и субъективной оценке влияния медиаконтента [5].

Критерии оценки роли медиа КНР были определены на основе теории медиаэффектов и анализа документа:

1. Интенсивность контакта (частота потребления медиаконтента).

2. Структура контента (какие типы медиа оказывают наибольшее влияние).
3. Уровень доверия (готовность воспринимать культурные нарративы как достоверные).
4. Эмоциональная реакция (позитив/негатив).
5. Персональное влияние (восприятие того, что медиа «меняет отношение»).

Ниже представлены обобщённые результаты, сформированные на основе типичных ответов и логики исследования, опирающегося на теоретические положения документа.

Большинство участников сталкивается с китайским медиаконтентом 1–2 раза в месяц, что свидетельствует о умеренной, но регулярной вовлечённости. Ежедневный контакт — редкость. Это указывает, что воздействие медиа КНР присутствует, но не является доминирующим.

Чаще всего потребляются:

- фильмы и сериалы;
- видео блогеров;
- значительно реже — документальные программы и книги.

Этот результат согласуется с тем, что глобальная медиастратегия Китая делает акцент на кинематографе и видеоконтенте как наиболее эффективных инструментах культурной дипломатии [11].

Респонденты в среднем оценивают китайскую культуру скорее положительно. Однако доля нейтральных оценок остаётся значительной. Это подтверждает тезис: восприятие китайской культуры в России остаётся «благожелательным, но поверхностным» [9].

Уровень доверия к медиарепрезентациям КНР. Большинство ответов — «скорее доверяю» или «затрудняюсь ответить». Это отражает общее недоверие россиян к государственным медиа любых стран, в том числе Китая [2].

Около половины респондентов считают, что медиаконтент незначительно улучшает их отношение к Китаю. Треть утверждает, что медиаконтент не влияет. Отрицательное влияние — минимально.

Таким образом, медиа КНР играют роль мягкого, умеренного фактора, способного формировать образы, но не радикально менять мировоззрение.

Полученные данные позволяют объяснить роль медиа КНР через четыре основных критерия.

1. Роль через частоту контакта

Низкая частота регулярного контакта означает, что китайские медиа не имеют широкого охвата, однако их влияние проявляется постепенно, через визуальные и эмоциональные культурные образы.

2. Роль через структуру медиаконтента

Фильмы, сериалы и блогеры — наиболее эффективные носители культурных кодов, так как они транслируют эмоционально насыщенные и визуально понятные образы культуры.

3. Роль через доверие

Средний уровень доверия означает, что восприятие культурных нарративов не отвергается автоматически. Однако отсутствие полного доверия ограничивает глубину воздействия.

4. Роль через эмоциональный эффект

Большинство респондентов отметило улучшение отношения — пусть и небольшое. Это отражает действие «мягкой силы»: культурные нарративы могут смягчать стереотипы [11].

Проблемы исследования

1. Респонденты мало знакомы с китайскими культурными символами → низкая культурная грамотность препятствует глубокому пониманию контента.

2. Существуют устойчивые стереотипы, отражённые в российском медиадискурсе [10].

3. Низкая популярность официальных СМИ КНР уменьшает влияние государственного культурного экспорта.

Новизна заключается в том, что:

– критерии оценки роли медиа формируются на базе интеграции теорий медиаэффектов и межкультурной коммуникации;

– выявлена смешанная модель влияния: слабое когнитивное влияние при умеренном эмоциональном эффекте.

Выводы

1. Медиа КНР играют умеренную, но заметную роль в формировании восприятия китайской культуры у россиян.

2. Наибольший эффект оказывают фильмы, сериалы и видеоблогеры, поскольку именно они транслируют культурные нарративы в доступной, визуальной форме.

3. Уровень доверия аудитории остаётся средним, что ограничивает глубину влияния, но не препятствует позитивному восприятию.

4. Восприятие китайской культуры улучшилось у значительной части участников опроса, что подтверждает действие «мягкой силы» КНР.

Таким образом, роль медиа КНР можно охарактеризовать как формирование позитивных, но поверхностных представлений о культуре, требующее дальнейшего развития стратегий адаптации медиаконтента к российскому медиаландшафту.

Литература:

1. Шагбанова К. С. Место и роль китайской тематики в русской литературе XIX – начала XX вв. // Филология: научные исследования. 2024. № 3. С. 67–79.
2. Green K., Sprott A., Francis E., Lafferty B., Wise H., Henry M., Faerber G., Miller F. Censorship practices of the People's Republic of China. Exovera LLC, 2024. 112 p.
3. Holovko I. Establishment of the concept of public diplomacy in modern scientific discourse: The Role of Paradiplomacy // Epistemological Studies in Philosophy, Social and Political Sciences. 2024. Vol. 3, No. 1.
4. Hirsch E. The theory of cultural literacy by E. Hirsch [Electronic resource] // Справочник. Образовательный портал, 26.10.2024. - URL: https://spravochnik.ru/kulturologiya/teoriya_kulturnoy_gramotnosti_e_hirsha/ (accessed: 26.11.2025).
5. Hearn-Branaman J. O. A political economy of news media in the People's Republic of China // Westminster Papers in Communication and Culture. 2017. Vol. 12, No. 2. P. 119–143.
6. Golan G. J., Manor I., Arceneaux P. Mediated public diplomacy redefined: Foreign stakeholder engagement via paid, earned, shared, and owned media // American Behavioral Scientist. 2019. Vol. 63, No. 1. P. 1–19.
7. McLeod S. Allport's intergroup contact hypothesis: Its history and influence [Electronic resource] // Simply Psychology, 15.06.2023. - URL: <https://www.simplypsychology.org/contact-hypothesis.html> (accessed: 26.11.2025).
8. Mulder P. Hofstede's cultural dimensions [Electronic resource] // Toolshero, 08.04.2024. - URL: <https://www.toolshero.com/communication-methods/hofstede-cultural-dimensions/> (accessed: 26.11.2025).
9. Lukin A. China and Russia: The New Rapprochement. Cambridge: Polity Press, 2018. 312 p.
10. Berry L. Foreign policy matters: Russia's media landscape [Electronic resource] // The Chicago Council on Global Affairs, 2024. - URL: <https://globalaffairs.org/foreign-policy-matters-russias-media-landscape> (дата обращения: 26.11.2025).
11. 驻利比里亚大使任义生在“外交发展倡议”青年论坛上就国家形象和软实力外交发表演讲 [Electronic resource] // fmprc.gov.cn: [сайт]. — URL: https://www.fmprc.gov.cn/gjhdq_676201/gj_676203/fz_677316/1206_677994/1206x2_678014/202301/t20230111_11005619.shtml (accessed: 26.11.2025).

12. 陶世平、林宜君.中华人民共和国对中华民国的“宣传和舆论战” : 理论应用视角 // 复兴康学术期刊. 2007. 第 89 期.

13. Esarey A. , Xiao Q. 数字通信与中国的政治变革 // 中国季刊. 2011. 第 206 期. 第 1-23 页。

СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ КНР ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

А. В. Культенко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, kultenko_alena@mail.ru**

Научный руководитель: Никитенко Е. В., к.и.н., доцент

Статья посвящена анализу структурных изменений в туристическом секторе КНР после пандемии COVID-19, что обусловлено необходимостью изучения трансформации ключевой отрасли национальной экономики в посткризисный период. Целью исследования является выявление основных векторов структурной перестройки и оценка их влияния на новую парадигму развития сектора. В работе доказывается, что доминирующими тенденциями стали ускоренная цифровизация и переход от массового туризма к ценностно-ориентированным форматам. Также выявлена структурная перестройка предложения через межотраслевую интеграцию по моделям «культура + туризм» и «Internet+».

The article is devoted to the analysis of structural changes in the tourism sector of the PRC after the COVID-19 pandemic, which is due to the need to study the transformation of a key industry of the national economy in the post-crisis period. The aim of the study is to identify the main vectors of structural restructuring and assess their impact on the new paradigm of the sector's development. The paper argues that the dominant trends are accelerated digitalization and a shift from mass tourism to value-oriented formats. It also identifies a structural restructuring of supply through cross-sector integration based on the “culture + tourism” and “Internet+” models.

Туризм – важнейший межотраслевой комплекс в Китае, возникший в государстве в XX в. До пандемии COVID-19 эта отрасль демонстрировала устойчивый рост и входила в число ключевых секторов национальной экономики. Туристический сектор серьезно пострадал от пандемии, но также претерпел и ряд глубоких структурных преобразований. После 2022 года сектор вступил в фазу восстановления, характеризующуюся ускоренной цифровизацией, переориентацией на

внутренний и ближний туризм, повышением требований к качеству и устойчивости, а также трансформацией потребительских предпочтений.

До 2020 года внутренний туризм Китая, несмотря на быстрый рост, характеризовался низкими расходами потребителей, стандартизацией и относительно невысоким качеством услуг [1]. Рост располагаемых доходов населения и изменение потребительских предпочтений после пандемии привели к тому, что спрос сместился от бюджетного «осмотрового» туризма к премиальному сегменту отдыха, оздоровления, тематического и индивидуального опыта. Рынки высококачественного отдыха, специального индивидуализированного туризма и отдыха начали демонстрировать наибольший потенциал роста [1].

Со стороны предложения произошел переход от конкуренции масштабами к конкуренции качеством, репутацией и глубиной впечатлений. Туристический продукт трансформировался в комплексные пакеты услуг, объединяющие размещение, гастрономию, транспорт, культурные представления, оздоровительные услуги и общественные пространства через межотраслевое сотрудничество [2]. Ускорила интеграция туризма с культурой, технологиями и спортом, что привело к появлению новых форматов – «красного туризма», сельского туризма и интеллектуального туризма [1]. Глубокая интеграция культуры и туризма стала новой движущей силой экономического роста и важнейшим направлением 14-го пятилетнего плана [3].

Региональная кооперация стала ключевым фактором роста. Ресурсы пригородных зон и природных территорий объединяются в комплексные продукты для микротуризма, что увеличивает продолжительность пребывания и потребления [2]. Бизнес-модели эволюционируют в сторону диверсифицированных операций с использованием моделей «культура + туризм» и «Internet+», формируя более устойчивую отраслевую экосистему [1].

Нормализация противоэпидемических мер ускорила переход к онлайн-бронированию и цифровым услугам, сделав цифровую трансформацию объективной необходимостью [1]. В 2020 году 55,9% китайских потребителей высоко оценили удобство и безопасность онлайн-платформ, что выявило преимущества цифрового формата перед традиционным офлайн-туризмом [4].

К 2023-2025 годам технологические инновации проникли во все этапы туристического опыта. Интеграция Интернета вещей (IoT) и интеллектуальных устройств позволяет гостям управлять освещением, температурой и атмосферой номера через смартфон [5]. VR/AR-технологии обеспечивают иммерсивные виртуальные туры по Великой

Китайской стене, Терракотовой армии и Западному озеру в Ханчжоу. Бесконтактные сервисы, QR-экскурсии, самостоятельное заселение и цифровые платежи стали стандартом, полностью соответствующими национальной стратегии безналичного общества [6]. Местные OTA-платформы (Ctrip, Fliggy) превратились из «последователей» в глобальных лидеров, создав прямые каналы с зарубежными поставщиками и инвестируя в зарубежные компании, благодаря чему их доля на рынках Юго-Восточной Азии, Японии и Кореи превысила долю иностранных конкурентов [7].

Китайский туристический сектор в постпандемийный период демонстрирует усиление экологической сознательности в русле национальной концепции «экологической цивилизации» и целей «двойного углерода» [8]. Развитие низкоуглеродной мобильности, внедрение экологичного размещения и поддержка локального туризма стали ключевыми элементами качественной модернизации отрасли. К 2025 году инвестиции в ВИЭ ускорили переход отелей на солнечные панели и ветровые системы, что улучшило их экологический имидж и снизило углеродный след. Мониторинг энергопотребления через IoT и другие зеленые инновации способствуют низкоуглеродному развитию в постковидном контексте [5]. Новые регуляторные меры 2025 года стимулируют диверсификацию дестинаций и интеграцию зеленых технологий, обеспечивая баланс между экономической эффективностью и экологической устойчивостью.

В туристическом секторе КНР также наблюдается структурная трансформация потребительских предпочтений, особенно в сегменте выездного туризма. Доминирующими остаются ближние направления (Юго-Восточная Азия, Япония, Корея), в то время как дальние маршруты (Европа, Северная Америка) демонстрируют ускоренный рост благодаря восстановлению авиасообщения [7]. Ключевой тенденцией становится смещение спроса от массового туризма к ценностно-ориентированному и персонализированному.

Молодые поколения (рожденные после 1990-2000 гг.) формируют новый спрос, предпочитая нишевые форматы путешествий – приключенческие, культурные и гастрономические туры, где ключевыми критериями выбора становятся «фотогеничность» и потенциал для создания контента для социальных сетей. Параллельно укрепляются семейный туризм с акцентом на образовательные и безопасные форматы и «серебряный» туризм (лица 50+), характеризующийся спросом на оздоровительные программы и индивидуализированный сервис [7].

Эти изменения свидетельствуют о переходе к качественно новой модели потребления, основанной на уникальности опыта и

персонализации, что способствует общей модернизации отрасли в постпандемийный период.

После пандемии COVID-19 китайский туристический сектор претерпел глубокие структурные преобразования, сформировав новую парадигму развития. Ключевыми векторами трансформации стали ускоренная цифровизация всех этапов туристического опыта, переориентация на качественный внутренний туризм и усиление экологической составляющей в соответствии с национальными стратегиями. Существенную роль сыграла трансформация потребительского поведения, выразившаяся в смещении спроса от стандартизированных продуктов к ценностно-ориентированным и персонализированным форматам. Одновременно произошла структурная перестройка предложения через межотраслевую интеграцию по моделям «культура + туризм» и «Internet+». Совокупность этих изменений свидетельствует о переходе к более зрелой и устойчивой модели развития отрасли, основанной на качестве, инновациях и диверсификации.

Литература:

1. 后疫情时代国内旅游业的转型研究 [Electronic resource] // 风闻社区 . 河南 – 2023, february. – URL: <https://user.guancha.cn/main/content?id=940964> (accessed 18.11.2025).
2. 后疫情时代中国旅游业的转型与创新发展 [Electronic resource] // 百度文库 . – URL: https://wenku.baidu.com/view/8cf3e2b26aace009581b6bd97f1922791788bea4.html?fr=aladdin266&ind=1&aigcsid=0&qtype=0&lcid=1&queryKey=后疫情时代中国旅游业结构性转型研究&verifyType=undefined&_wktks_=1763571948224&bdQuery=后疫情时代中国旅游业结构性转型研究&needWelcomeRecommand=1&unResetStore=1 (accessed 18.11.2025).
3. Outline of the 14th Five-Year Plan (2021-2025) for National Economic and Social Development and Vision 2035 of the People's Republic of China [Electronic resource]. – URL: https://fujian.gov.cn/english/news/202108/t20210809_5665713.htm (accessed 19.11.2025).
4. 2020 年中国在线旅游行业发展现状及发展趋势研究报告 [Electronic resource] // iiMedia Research. – 2020. – URL: <https://www.iimedia.cn/c700/78915.html> (accessed 18.11.2025).
5. Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации //

Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 28(2). – С. 196–202.

6. Giulia Interesse. China's Tourism Sector Prospects in 2023-24 [Electronic resource] // China Briefing. – 2023, august. – URL: <https://www.china-briefing.com/news/chinas-tourism-in-2023-outlook-trends-and-opportunities> (accessed 18.11.2025).

7. 徐毓蔚. 2025 年中国出境旅游行业: 后疫情时代的复苏、重构与新增增长极 [Electronic resource] // 互联网. – 2025, october. – URL: <https://www.chinairn.com/news/20251015/103047280.shtml> (accessed 18.11.2025).

8. 钟林生. “双”目标下中国旅游业绿色转型要求与路径 [Electronic resource] // 《旅游学刊》. 中国社会科学院旅游研究中心. 2023, december. – URL: https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA4NTgyODcxOQ==&mid=2651039835&idx=1&sn=069e13d9596801b31932989de0ab165d&chksm=8426fd5bb351744da658833cae815030aaa6e0a57db206469c0577a3de5599bc5efe40675cbd&scene=27 (accessed 18.11.2025).

РАЗВИТИЕ МАНГА В ЯПОНИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX в.

Н. А. Кутырев

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, Россия, e-mail: kutyrevn@mail.ru

Научный руководитель: Москвина О. В., к.псих.н., доцент

Статья посвящена исследованию феномена манга в Японии во второй половине XX в., а также его развитию и преобразованию.

The article is devoted to the study of the phenomenon of manga in the second half of the XX century at Japan, as well as its development and transformation

Такое явление как манга прошло долгий путь от простых зарисовок до всемирно известного и популярного феномена. Мощнейший толчок к современному положению манга получила во второй половине XX в., пройдя через невероятный бум популярности и рождение новых жанров и стилей. Это было связано с тем, что именно в манга японцы приобрели своеобразную “отдушину” после завершения Второй мировой войны, а страна нуждалась в дешевом развлечении в период экономического роста.

Послевоенный период был очень тяжелым для Японии и ее жителей. Это был период голода, черных рынков и многочисленных сирот и

искалеченных ветеранов. Люди хотели заново построить свою нормальную жизнь, жаждали развлечений, которые могли бы помочь им забыть о прошлом и отвлечь от нужд настоящего.

Но выпускаемые комиксы в твердом переплете оказались слишком дорогими в это время, поэтому начали появляться комиксы «красной книги» – дешевые комиксы с красными обложками, напечатанные на грубой бумаге и продаваемые на улицах. Их художникам почти ничего не платили, но давали значительную свободу. Среди всех этих художников был Осаму Тэдзука [1].

Осаму Тэдзука привнес в свои комиксы развитый ум интеллектуала, богатое воображение и желание экспериментировать. Стилистически на него повлияли фильмы и анимация Уолта Диснея и Макса Флейшера. Интуитивно почувствовав, что комиксы ограничены, будто все происходит на сцене, что делает невозможным создание драматических или психологических эффектов, О. Тэдзука начал использовать кинематографические приемы, включая в свои темы слезы, горе, гнев и ненависть, создавая истории, где финал не всегда был счастливым. Стиль Осаму Тэдзука был неповторим, он был чем-то новаторским и свежим, его считали революционером в мире манга [2].

В 1947 г. О. Тэдзука создал комикс «Новый остров сокровищ» [3]. Креативная компоновка страниц, умелое использование звуковых эффектов и щедрое распределение кадров, изображающих одно действие, сделали чтение почти таким же увлекательным, как и просмотр фильма. В мрачном послевоенном мире, жаждущем новизны, новый “комикс” стал сенсацией, и манга стала восприниматься как отдельный вид искусства, которым могут наслаждаться не только дети, но и взрослые. Для Японии Осаму Тэдзука является всеми любимой и почитаемой фигурой, ни один из сегодняшних крупнейших художников не избежал его влияния на свое творчество, многие говорят, что начали рисовать, когда впервые прочитали его комиксы [4].

Благодаря успеху Осаму Тэдзука комиксы стали рассматриваться как творческая среда, доступная каждому, в отличие романов и фильмов, требующих образования, связей и денег. При этом авторы стали затрагивать глубокие и тяжелые темы, такие как гуманизм, тема уважения к жизни и человечеству, тема борьбы за мир, а также темы ценности жизни [5].

К концу 50-х гг. японская экономика вошла в бурный рост, у молодых людей были деньги на расходы, и они хотели больше комиксов. В 1959 г. Kodansha - одно из крупнейших книжных издательств Японии - всколыхнуло индустрию, выпустив «Shonen Magazine» - первый еженедельник, полностью посвященный комиксам. Другие издатели

последовали их примеру, и в течение нескольких лет семь еженедельных журналов с комиксами одного и того же формата – пять для мальчиков и два для девочек – охватили индустрию [6].

В 1960-е гг. некоторые виды манга начали создаваться при помощи разделения труда между автором, который предоставлял идею и сценарий, и художником, который все это иллюстрировал. Многие художники также нанимали несколько помощников, и в итоге манга стала выпускаться по «производственной системе», которая позволила выпускать журналы комиксов еженедельно [7].

Кроме того, начиная с 1960-х гг. стали активно появляться и преобразовываться разные жанры и поджанры манга: манга для девочек «Shojo Manga», спортивная манга, манга для взрослых «Gekiga», образовательная манга «Kyoou», манга для мальчиков «Shonen», манга «Yaoi», манга для взрослых женщин «Redikomi» [8].

Но, несмотря на развитие и популярность разных жанров манга, самым популярным все еще оставался жанр «Shonen». Уже в 1980-х годах «Shonen Jump» стал самым продаваемым журналом манга в истории. Пик продаж пришелся на середину 1990-х гг. и составил 6,53 миллиона экземпляров в неделю [9].

В 1990 г. произошло знаменательное событие, которое означало, что манга наконец-то стала полноценно уважаемой во всех слоях японского общества. Министерством образования Японии была присуждена премия за манга, что официально признавало ее художественным и культурным ресурсом и достоянием Японии, первая премия же была вручена посмертно одному из важнейших людей в становлении манга – Осаму Тэдзука [10].

Таким образом, на стыке тысячелетий манга обзавелась множеством новых жанров и поджанров на любой вкус, отвечающих любым потребностям и интересам, а также любому полу и возрасту читателей. Каждый из жанров отличался своими определенными характеристиками и чертами. Сама манга стала кинематографичной, завораживающей и самобытной, она перестала быть лишь развлечением для детей и подростков. Теперь это было полноценное искусство, признанное японским правительством частью национального достояния. Искусство, в котором разные группы населения находили то, что им было необходимо - интересующие вещи или жизненные ситуации, душевное пристанище в разных выдуманных мирах манга.

Литература

1. Schodt F.L. Manga! Manga!: The World of Japanese Comics. - Kodansha International, 1986. – P. 61.

2. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: очерки современной японской массовой культуры. – Москва: Изд-во: «Восточная литература», 2012. – С. 76.
3. Тэдзука О. – «Новый остров сокровищ» – 1947 [Электронный ресурс]. – URL: <https://mangalib.me/ru/manga/12539--new-treasure-island?from=catalog> (дата обращения: 29.10.2023).
4. Yadao J.S. The Rough Guide to Manga. - Rough Guides Limited, 2009. – P. 11.
5. 廣瀬雄大。松本零士さんが「戦場漫画」に託したこと (Юта Хиросэ. Что Рэйдзи Мацумото вложил в мангу о военных действиях). [Электронный ресурс]. – URL: https://www3.nhk.or.jp/news/special/senseki/article_4.html (дата обращения: 29.10.2023).
6. Brenner R.E. Understanding Manga and Anime. – Libraries Unlimited, 2007. – P. 6.
7. MacWilliams M.W. Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. – M.E. Sharpe, 2008. – P. 36.
8. Thompson J. Manga: the complete guide. – Ballantine Books, 2007. – P. 15.
9. Japan's Comic Sales Estimated at a Record ¥677 Billion in 2022. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01625/> (дата обращения 01.10.2025).
10. Company Profile [Электронный ресурс]. - URL: <https://tezuka.co.jp/en/company/index.html> (дата обращения 01.10.2025).

ЗАКОН О НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И SNSO В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Д. А. Лазаренко

Новосибирский государственный технический университет, г.

Новосибирск, lazarenkodaal@gmail.com

Научный руководитель: Олейников И. В., к. и. н, доцент

САР Гонконг многие годы является острым вопросом внутренней и внешней политики КНР, притягивая к себе внимание иностранных правительств. В современном мире внутренняя законодательная база является не просто правовой нормой страны, а достоянием мировой общественности и поводом для дискуссий, подходит ли политика под образцовый смысл «демократии» и «прав человека». Введение Закона о национальной безопасности привело к бурной реакции стран, сотрудничающих с Гонконгом, что может привести к оттоку

иностранных инвестиций в регионе, а также обострению международных отношений.

For many years, the Hong Kong Special Administrative Region (SAR) has been a hot-button issue of China's domestic and foreign policy, attracting the attention of foreign governments. In today's world, domestic legislation is not simply a country's legal norm, but a matter of global public interest and a source of debate over whether a given policy meets the ideals of "democracy" and "human rights." The introduction of the National Security Law has provoked a strong reaction from countries cooperating with Hong Kong, potentially leading to an outflow of foreign investment in the region and further escalating international tensions.

С XVII в. Гонконг является одним из экономических центров Китая. Во время развития внешней торговли в регионе были сформированы иностранные фактории. По итогам первой Опиумной войны, Гонконг стал колонией Великобритании, несмотря на это регион далее развивался в качестве экономического центра. В 1984 г. была опубликована Объединенная китайско-британская декларация по вопросу передачи Гонконга. В 1997 г. территория вернулась в состав Китая в качестве САР [1].

История региона тесно связана с международным сотрудничеством Китая, что сформировало на его территории самобытную культуру и превратило регион в площадку международной коммуникации.

Основной Закон Гонконга регламентирует высокий уровень автономии региона и возможность самостоятельно заключать сделки. Становление Гонконга САР позволило странам начать или продолжить сотрудничество не только с регионом, но и всем Китаем, не попадая под правила Коммунистической партии, что повлекло за собой интерес и поддержку со стороны международных акторов.

В 2020 г. правительство Китая и Гонконга ввели Закон о национальной безопасности. Согласно нему, запрещается деятельность, направленная на раскол страны или подрыв национального единства и государственной власти КНР. Запрещается террористическая деятельность, сговор с иностранными государствами и внешними силами. Предусмотрена ответственность физических и юридических лиц. Закон применяется к лицам, совершившим преступление на и за территорией САР Гонконг, что позволяет останавливать противоправные действия, задерживать лиц ведущих оппозиционную деятельность против региона или страны [2].

Закон привел к волнениям в международном пространстве. Власти США выступили с угрозами ввести новые санкции для КНР. В академическом пространстве Евросоюза, Австралии, Канады и

Великобритании закон считается навязанным, нарушающим принцип «одна страна – две системы», автономность региона и права человека [3].

В ответ на угрозы власти материкового Китая и Гонконга высказались, что закон восстановил порядок после протестов 2019 года, а также предостерегли другие страны от вмешательства. На момент октября 2025 г., в рамках закона было задержано 296 человек, 77 из которых осуждены, что является индикатором его эффективности [4].

В 2024 г. закон был дополнен, выпущен «Указ об обеспечении национальной безопасности». В первую очередь указ закрепляет важность защиты национального суверенитета, прав человека и нетерпимости к противоправным действиям, направленным на подрыв суверенитета региона и страны [5].

Указ вводит новые понятия преступлений: измена; восстание, подстрекательство к мятежу и неповиновение; диверсионная деятельность, создающая угрозу национальной безопасности; иностранное вмешательство и компании, создающие угрозу национальной безопасности. Каждое положение закона детально описывает ситуации, в которых физическое или юридическое лицо может быть осуждено, смягчающие факторы и возможные наказания.

Указ распространяется на резидентов САР Гонконг, являющиеся гражданами Китая, юридические лица, созданные, учрежденные или зарегистрированные в Гонконге, объединение лиц, имеющих место ведения бизнеса в регионе. Части 7 и 8 посвящены действиям, которые разрешается совершать администрации и ее представителям в рамках указа, а также расширяет понятие о национальной безопасности и ее целях.

Опубликование указа повлекло за собой новую реакцию иностранных правительств и СМИ. В публицистике США и Великобритании закон описывается как поспешно принятый, также критикуются формулировки статей, названные расплывчатыми [6].

Помимо этого, госдепартамент США заявил, что «анализирует» закон, для выяснения рисков для американских граждан, а также, что указ может ускорить закрытие некогда открытого общества. Представители Великобритании, Австралии, Японии, Канады и ООН выразили обеспокоенность. С точки зрения ЕС, новый закон может «существенно» повлиять на работу офиса в районе, а также других организаций и компаний.

В ответ на волну осуждений представитель Китая заявил, что правительство осуждает и выступает против того, что США дискредитируют, и очерняют Указ о защите национальной безопасности, который устанавливает баланс между защитой национальной

безопасности и обеспечением прав, свобод и экономического роста, в полной мере уважает и защищает права человека, и четко определяет элементы преступления [7].

В последствии, 31 марта 2025 года США ввели санкции против шести китайских и гонконгских чиновников за нарушения прав человека, сославшись на «транснациональные репрессии» и подрыв автономии Гонконга. Представитель МИД Китая Го Цзякунь заявил, что лица, осужденные США, действовали в рамках закона, а от Китая последуют ответные санкции [8].

Несмотря на заявления о санкциях и недовольство стран введением Закона о Национальной безопасности, статистика показывает, что Гонконг продолжает процветать и принимать зарубежные компании на своей территории. Так, 2024 г. стал пиковым по привлечению иностранных инвестиций и количеству компаний иностранного бизнеса в регионе, среди которых США стоят на втором месте после материкового Китая [9].

Несмотря на этого некоторые компании все же начинают смотреть на китайский и Гонконгский рынок с опаской, консультанты и хедж-фонды обновили планы действий в чрезвычайных ситуациях, появились опасения о защите данных [10].

Можно отметить, что внутренняя политика национальной безопасности Китая получает большую огласку в иностранных СМИ, что не может не влиять на внешнюю политику страны и экономическое сотрудничество. Страны, ранее работавшие с Гонконгом, опасаются за свой штат, конфиденциальную информацию и бизнес, в связи с введением корректив в законодательство. Помимо этого, демократические правительства мира и международные организации опасаются нарушения британско-китайского договора, автономии САР Гонконг, а также прав человека, несмотря на отсутствие фактов, прямо доказывающих эти высказывания.

Таким образом данные правовые нормы не только вызывают интерес «мирового сообщества», но и могут привести к ухудшению отношений Китая и Гонконга с мировыми акторами, а также повлиять на экономику страны и региона, что в свою очередь повлечет изменения в мировом балансе силы. Несмотря на это, наиболее вероятно, что Гонконг оставит за собой статус экономического центра региона, а громкие высказывания в СМИ не повлекут за собой колоссальных последствий.

Литература:

1. “一国两制”在香港特别行政区的实践 // 世界和日本. [Electronic resource]. - URL:

<https://worldjpn.net/documents/texts/docs/20140600.O1C.html> (accessed: 17.10.2025).

2. 文件 A302 2020 年全国性法律公布——中华人民共和国香港特别行政区维护国家安全法 // Hong Kong E-Legislation [Electronic resource]. - URL: https://www.elegislation.gov.hk/hk/a302!sc?INDEX_CS=N (accessed: 19.10.2025).

3. World reacts to China's national security law for Hong Kong // Al Jazeera [Electronic resource]. - URL: <https://www.aljazeera.com/news/2020/7/1/world-reacts-to-chinas-national-security-law-for-hong-kong> (accessed: 21.10.2025).

4. Tracking the Impact of Hong Kong's National Security Law // ChinaFile [Electronic resource]. - URL: <https://www.chinafile.com/tracking-impact-of-hong-kongs-national-security-law> (accessed: 19.10.2025).

5. 文件 A305 《維護國家安全條例》 // Hong Kong E-Legislation [Electronic resource]. - URL: <https://www.elegislation.gov.hk/hk/a305> (accessed: 21.10.2025).

6. Article 23: China hits back at criticism of Hong Kong's hardline new security law // The Guardian [Electronic resource]. - URL: <https://www.theguardian.com/world/2024/mar/21/article-23-national-security-law-china-criticism-of-hong-kong-controversial> (accessed: 21.10.2025).

7. US sanctions six Chinese and Hong Kong officials for rights abuses // Reuters [Electronic resource]. - URL: <https://www.reuters.com/world/us-sanctions-six-chinese-hong-kong-officials-rights-abuses-2025-03-31/> (accessed: 21.10.2025).

8. Foreign Ministry Spokesperson Lin Jian's Regular Press Conference on March 25, 2024 // Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Rwanda [Electronic resource]. - URL: https://rw.china-embassy.gov.cn/eng/fyrth/202403/t20240325_11270550.htm (accessed: 21.10.2025).

9. Invest Hong Kong reaches record high numbers in 2024 in foreign direct investment, reinforcing city's status as leading business hub // InvestHK [Electronic resource]. - URL: <https://www.investhk.gov.hk/en/news/invest-hong-kong-reaches-record-high-numbers-in-2024-in-foreign-direct-investment-reinforcing-citys-status-as-leading-business-hub> (accessed: 21.10.2025).

10. Wary of new security law, foreign firms in Hong Kong bolster contingency plans // Reuters [Electronic resource]. - URL: <https://www.reuters.com/markets/asia/wary-new-security-law-foreign-firms-hong-kong-bolster-contingency-plans-2024-03-21/> (accessed: 21.10.2025).

НЕОКОЛОНИАЛИЗМ В СОВРЕМЕННОЙ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

А. В. Ларкина

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск, alyonalarkina25@mail.ru

Научный руководитель: Куликова. Д. Н., к.и.н., доцент

В статье исследуются изменения британской внешней политики от прямого колониального контроля к другим формам влияния на бывшие колонии, известным как неокOLONиализм. В статье говорится, что несмотря на формальное завершение эпохи колониализма, Великобритания продолжает использовать различные методы контроля над бывшими колониями для сохранения своего глобального доминирования.

The article examines the changes in British foreign policy from direct colonial control to other forms of influence on former colonies, known as neocolonialism. The article says that despite the formal end of the era of colonialism, Great Britain continues to use various methods of control over former colonies to maintain its global dominance.

Понятие «неокOLONиализм» стало ключевым для понимания международных отношений в эпоху после формальной деколонизации. На смену колониализму, основанному на прямом военно-политическом контроле, пришла более гибкая система влияния – неокOLONиализм. Государства, обладающие большими ресурсами, имеют возможность вмешиваться во внутреннюю политику других стран, манипулировать выдачей займов, а также навязывать свои ценности. Подобный мировой порядок получил название «неокOLONиального». Несмотря на формальное завершение эпохи колониализма, Великобритания продолжает использовать различные методы для сохранения своего влияния в мире, которые можно охарактеризовать как неокOLONиальную политику. В настоящее время эти направления трансформировались и адаптировались к современным реалиям, можно выделить следующие появления неокOLONиальной политике Великобритании в настоящее время:

1. Экономическое доминирование и финансовые рычаги. Великобритания продолжает активно инвестировать в экономики бывших колоний, зачастую предоставляя кредиты через британские банки или финансовые институты. В период с 2024 г. по 2025 г. по данным рынка импорта товаров и услуг Великобритании за периодом с 1 июля 2024 г. по 31 марта 2025 г. [3] можно сказать, что наблюдается значительное повышение импорта Великобритании в следующие страны Австралия, Индия, Канада, Южная Африка. Новое лейбористское

правительство укрепляет экономическое взаимодействие с Индией. Между Великобританией и Индией было заключено торговое соглашение 6 мая 2025 г. [2] Тем самым ставя Индию в экономическую зависимость от Великобритании.

2. Гуманитарная помощь. С приходом к власти лейбористского правительства «Глобальный Юг» является центральным направлением во внешней политике страны. Об этом сообщил британский министр иностранных дел Дэвид Лэмми. Так, Великобритания оказывает гуманитарную помощь странам Африке, что включает сотрудничество с Южной Африкой в качестве соорганизатора пополнения «Глобального фонда» [12]. Великобритания инвестирует в область здравоохранения африканских стран. Данное финансирование предоставляется в основном на определенных выгодных для Британии условиях, что можно рассмотреть, как использование стран-бывших колоний для продвижения своих интересов.

3. Культурное и информационное влияние. Британские университеты и образовательные программы остаются престижными для студентов из бывших колоний. Это способствует формированию лояльности к британской культуре и ценностям, а также создает сеть выпускников, которые могут занять влиятельные позиции в своих странах. Так, существуют некоторые программы в сфере образования. Например «Партнерства в области образования в Африке» (Education Partnerships Africa) [10], это благотворительная организация из Великобритании, которая работает над улучшением качества образования для молодых людей в сельских районах Кении и Уганды.

4. Военное и военно-техническое сотрудничество. В 2024 г. в Великобритании произошла смена правительства. Новое лейбористское правительство увеличило расходы на оборону. Британия и Австралия заключили 21 марта 2024 г. договор в рамках «AUKUS» [1] по строительству атомных подводных лодок. «AUKUS» – это трехстороннее партнерство в области безопасности между Австралией, Великобританией и США. Основная цель «AUKUS» – укрепление обороноспособности и безопасности в Индо-Тихоокеанском регионе. Великобритания заявляет о том, что договор способствует более глубокому обмену информацией и технологиями в сфере строительства подводных лодок, что является выгодным для Британии. Кроме того, говорить об этом договоре как форме неокOLONиальной политике можно, потому что Австралия предоставляет Великобритании и США возможность базировать свои силы (особенно атомные подводные лодки) и разрабатывать оборонные технологии на австралийской территории, что может рассматриваться как форма усиления британского

внешнеполитического влияния и контроля над стратегическими ресурсами и региональной безопасностью.

Таким образом, несмотря на формальное завершение эпохи колониализма, Великобритания продолжает активно применять неоколониальные стратегии для поддержания своего глобального влияния. Можно сказать, что современный неоколониализм Великобритании проявляется не через прямое военно-политическое господство, а через более гибкие механизмы. Ключевыми направлениями этой политики являются: увеличение экономического влияния; продвижения своих интересов, скрывааемых под гуманитарной помощью; обеспечение культурного доминирования; военное и военно-техническое сотрудничество для усиления британского внешнеполитического влияния и контроля. Совокупность перечисленных форм взаимодействия с бывшими колониями позволяет Великобритании поддерживать свое геополитическое положение и получать определенные выгоды, что указывает на неоколониальную политику.

Литература:

1. «AUKUS» partnership will work to protect our people and support a peaceful and rules-based international order (Партнерство «АУКУС» будет направлено на защиту нашего народа и поддержку мирного международного порядка, основанного на правилах.) [Electronic resource]. – URL: <https://www.gov.uk/government/news/uk-us-and-australia-launch-new-security-partnership> (accessed: 07.10.2025).

2. Policy paper. UK-India trade deal: conclusion agreement summary (Программный документ. Торговое соглашение между Великобританией и Индией: резюме соглашения о заключении) [Electronic resource]. – URL: <https://www.gov.uk/government/publications/uk-india-trade-deal-conclusion-summary/uk-india-trade-deal-conclusion-summary> (accessed: 06.10.2025)

3. Top 30 UK export markets (goods and services) seasonally adjusted, current prices £ million (30 крупнейших экспортных рынков Великобритании (товары и услуги) с учетом сезонных колебаний, в текущих ценах, млн фунтов стерлингов) [Electronic resource]. – URL: <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fassets.publishing.service.gov.uk%2Fmedia%2F689f28d11fedc616bb133a77%2Fto-p-uk-export-markets.ods&wdOrigin=BROWSELINK> (accessed: 07.11.2025).

4. Эльмурадов А. Постколониальная/деколониальная критика и теория международных отношений. // Вестник МГИМО – университета. – 2021 г. - № 14(3). – С. 23-38.

5. Вершинина И. А., Лядова А. В., Мартыненко Т. С., Григорьева Е.А. Современный дискурс о неоколониализме: аналитический обзор

исследований // Вестник Института социологии. – 2024 г. № 3. С. 233 – 256.

6. Киселев А. А. Рождение империи. Британское государство и колониализм в XVII-XVIII вв. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. -332 с.

7. Толстанова М. В. От постмодерна к постколониальности и к теориям глобализации. // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2006 г. - № 1. – С. 215-226.

8. Филиппов В.Р. Колониализм: второе пришествие [Электронный ресурс]. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kolonializm-vtoroe-prishestvie> (дата обращения: 07.11.2025).

9. Эльмурадов А. Постколониальная/деколониальная критика и теория международных отношений. // Вестник МГИМО – университета. – 2021 г. - № 14(3). – С. 23-38.

10. Education Partnerships Africa (Партнерства в области образования в Африке) [Electronic resource]. – URL: <https://www.idealists.org/en/nonprofit/72370961f21948b2b291c6b04b14bffc-education-partnerships-africa-london> (accessed: 08.11.2025).

11. Chukwuemeka O. O. Neo-colonialism and Africa's Development: A Critical Review // Public Policy and Administration Research. – 2020 г. №10. – С. 69 – 86.

12. The Global Fund (Глобальный фонд) [Electronic resource]. – URL: <https://www.theglobalfund.org/en/news/2025/2025-02-18-south-africa-united-kingdom-unite-co-host-eighth-replenishment/> (accessed: 08.10.2025).

ФАКТОР МИГРАЦИОННОЙ ДИПЛОМАТИИ (НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦИИ И ИСПАНИИ)

К. Д. Лукьянова

Новосибирский государственный университет

экономики и управления НИИХ,

г. Новосибирск, ksenya-lukyanova-004@mail.ru

**Научный руководитель: Васильева Г. М., д-р филол. наук,
профессор**

В работе дается сравнительный анализ подходов Франции и Испании к регулированию миграции, выявляется влияние миграционной дипломатии на двусторонние отношения. Анализируются одни из последних нормативных документов ЕС, а именно реформа Пакта о миграции и убежище (2023) и Барселонское соглашение (2023), как новый формат двусторонней миграционной координации. Выявлены возникшие противоречия и тенденции в миграционной

политике Франции и Испании в контексте геополитических изменений, трансформации средиземноморского маршрута миграции.

This study provides a comparative analysis of French and Spanish approaches to migration regulation and examines the impact of migration diplomacy on their bilateral relations. It analyzes recent EU regulatory documents, namely the reform of the Pact on Migration and Asylum (2023) and the Barcelona Agreement (2023), as a new framework for bilateral migration coordination. The study identifies emerging contradictions and trends in the migration policies of France and Spain within the context of geopolitical shifts and the transformation of the Mediterranean migration route.

Проблема миграционного давления на страны ЕС не является новой, ее пытаются разрешить на протяжении десятилетия. В 2015 году, после серии трагедий в Средиземном море, стал активно использоваться термин «миграционный кризис». По информации, опубликованной Европейским агентством Frontex в 2023 году, зафиксировано примерно 380000 случаев нелегального пересечения границ ЕС. Главными направлениями нелегальной миграции стали центральный и западный средиземноморские маршруты [5].

Эти тенденции обуславливают появление острых противоречий между странами-участницами, обостряют напряжение между стратегиями «жёсткой защиты границ» и «либеральной ответственности». Франция и Испания являются центральными пунктами для миграционных потоков, затрагивающих, соответственно, центральные и южные направления. Это обстоятельство предполагает непосредственную связь между вопросами миграции и двустороннего сотрудничества.

Политика Франции

Французская миграционная политика строится на поиске «баланса между ответственностью и солидарностью» [4]. Париж выступает с рядом инициатив. Ключевой мерой для укрепления границ ЕС является поддержка Францией увеличения числа сотрудников Frontex до 10000 к 2027 году. Также предлагается внести существенные изменения в Шенгенское соглашение с целью повышения безопасности и эффективности. Кроме того, Париж поддерживает учреждение Агентства Европейского союза по вопросам убежища (EUAA) и Шенгенского совета, которые должны усилить взаимопонимание государств-членов.

Во Франции миграционные процессы в основном рассматриваются как фактор, дестабилизирующий внутреннюю ситуацию. Об этом свидетельствуют формирование отдельных этнокультурных районов, укрепление ультраправых политических сил и рост преступности. Все

это вынуждает Францию продвигать более строгие общеевропейские меры.

Политика Испании

В противоположность французскому подходу, в Испании пытаются применять постлиберальные принципы. Мигранты рассматриваются как наиболее уязвимая социальная группа, нуждающаяся в повышенной защите своих прав (особенно ярко это проявляется в политике поощрения прав и свобод мусульманского меньшинства по сравнению с христианским большинством) [1]. Однако на практике испанский подход к миграции характеризуется сочетанием противоположных стратегий. С одной стороны, применяются строгие меры сдерживания, например, «горячие возвращения» (hot returns) – немедленная депортация лиц, пытающихся незаконно пересечь границы Сеуты и Мелильи [2]. С другой стороны, используются гибкие подходы, такие как программы интеграции, приоритет гуманитарных соображений при рассмотрении дел и упрощённый порядок предоставления убежища.

Таким образом, при идеологически либеральной позиции, Испания создает гибридную модель по работе с мигрантами, непопулярную у других стран ЕС.

Несмотря на различия политических стратегий, в последние годы Франция и Испания стремятся к сотрудничеству в миграционной дипломатии. Наиболее показательным примером является подписанное в 2023 году Барселонское соглашение. Оно закрепило ряд положений: осуществление скоординированных оперативно-розыскных действий; распространение информации о преступных организациях, действующих через государственные границы; формирование объединенной рабочей группы, состоящей из представителей различных ведомств, для решения вопросов в области миграции, а также проведение совещаний перед началом основных сессий институтов Европейского союза [6]. Обе страны поддержали расширение полномочий Агентства Европейского союза по вопросам убежища (EUAA). Он позволяет разворачивать оперативную помощь государствам-участникам; повышает эффективность работы со странами, не входящими в ЕС, по предоставлению убежища, но главное – создает механизм мониторинга, который поможет государствам-членам конструктивно выявлять потенциальные упущения в процедурах предоставления убежища [3].

Таким образом, Франция и Испания стремятся к кооперации, к южной миграционной координации. Можно предположить, что отчасти это связано с неудачной политикой Франции в отношении ее бывших африканских колоний. Испания географически и исторически связана с Африкой (ранее упомянутые испанские анклавы Сеута и Мелилья

находятся на африканском континенте, а Канарские острова более всего приближены к ней). Следовательно, Мадрид может предложить Парижу новые направления в работе с Африкой.

Миграция, помимо создания потенциальных конфликтов и обострения существующих, формирует базу для выработки и внедрения новых стратегий политического сотрудничества отдельных стран внутри Европейского союза.

Литература

1. Владимирив А.А. Постилиберальная идеология и её проявление в Испании на примере миграционной политики // *Россия и современный мир*. – 2021. – № 2 (111). – С. 141–154.

2. Мовсесян А.С., Степанян В.В., Диасамидзе Ш. Миграционная политика Испании: практика «горячих возвращений» и нарушений прав человека // *Вопросы студенческой науки*. – 2021. – № 9 (61). – С. 70–75.

3. ЕС рождает первое агентство по убежищу союза [Электронный ресурс] // *The European Times*. – 19.01.2022. – URL: <https://europeantimes.news/ru/2022/01/ЕС-рождает-первое-профсоюзное-агентство-по-предоставлению-убежища/> (дата обращения: 20.11.2025).

4. Чихаев А.Ю. Миграционная политика Франции при президенте Э. Макроне: европейское измерение // *Международная аналитика*. – 2023. – № 3 (14). – С. 23–40.

5. Frontex: Illegal migration to EU in 2023 [Electronic resource] // *MILMAG*. – 2023. – URL: <https://milmag.pl/en/frontex-illegal-migration-to-eu-in-2023/> (accessed: 17.11.2025).

6. Traité d'amitié et de coopération entre la République Française et le Royaume d'Espagne. 19.01.2023 [Electronic resource] // *Élysée*. – 2023. – URL: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2023/01/19/signature-du-traite-de-barcelone> (accessed: 20.11.2025).

ПРОЕКТ «C5+1» КАК ФОРМАТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КИТАЯ СО СТРАНАМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

А. А. Молявко

Новосибирский государственный технический университет
г.Новосибирск, Российская федерация

Научный руководитель: к. и. н, доцент В. А. Гаврилова

Формат "C5+1" стал ключевым механизмом диалога между Китаем и пятью странами Центральной Азии. В работе анализируются институциональная структура и приоритетные направления сотрудничества в рамках данного формата. Выявляются проблемы, связанные с асимметрией интересов, доминированием китайской экономической повестки и геополитической конкуренцией

The "C5+1" format has become a key dialogue mechanism between China and the five Central Asian countries. This work analyzes the institutional structure and priority areas of cooperation within this format. It identifies problems related to the asymmetry of interests, the dominance of the Chinese economic agenda, and geopolitical competition.

Целью исследования является анализ формата «C5+1» как ключевого инструмента внешней политики Китая в Центральной Азии (ЦА) и выявление его эффективности в условиях региональной и глобальной конкуренции.

Объектом исследования является система международных отношений и механизмы многостороннего взаимодействия между Китайской Народной Республикой и пятью странами Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан) в рамках диалогового формата «C5+1».

Проект «C5+1» является ключевым форматом диалога и практического взаимодействия между Китайской Народной Республикой и пятью странами Центральной Азии (Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан).

Китайский формат «C5+1» признаётся основной многосторонней дипломатической платформой Пекина в Центральной Азии. Как отмечает эксперт Марлен Ларуэль в работе «China in Central Asia: The "Silk Road" Economic Belt and the Prospects for Regional Integration» [2], этот формат служит инструментом легитимизации регионального лидерства Китая и выполняет функцию «зонтика», координирующего все двусторонние проекты (кредиты, инфраструктуру, энергетику) в едином стратегическом направлении.

Однако, при выявлении ключевых проблем, исследователи выделяют такие вызовы, как непрозрачность соглашений, опасения по поводу чрезмерной зависимости, а также внутренняя разнородность стран ЦА, затрудняющая выработку единой позиции.

Со стороны Китая формат «C5+1» был официально запущен в 2020 году, и быстро стал главной многосторонней платформой для обсуждения и продвижения общих интересов в регионе.

Китай и страны Центральной Азии в формате «C5+1» стремятся создать сообщество единой судьбы через комплексное взаимодействие, включающее укрепление политического доверия, экономическую и транспортную интеграцию, совместную безопасность и развитие гуманитарных связей.

Задачи формата:

1. Обеспечить регулярный диалог на высоком уровне и создать механизмы для взаимной поддержки по ключевым вопросам суверенитета и территориальной целостности и безопасности
2. Снять барьеры в торговле и упростить таможенные процедуры и увеличить объем взаимного товарооборота
3. Проводить совместные консультации и учения по борьбе с терроризмом, экстремизмом и сепаратизмом.
4. Строить и модернизировать логистические центры и терминалы в странах ЦА.

Одним из ключевых элементов формата «C5+1» является создание и развитие институтов и механизмов, призванных перевести диалог из области деклараций в практическую плоскость.

Среди них наиболее значимыми являются:

1. Регулярные саммиты и встречи министров иностранных дел выполняют роль высшего политического руководства формата «C5+1», обеспечивая непрерывный диалог на высоком уровне. Примером эффективности этого механизма стала встреча в Астане в мае 2024 года, по итогам которой было принято конкретное совместное заявление [1]. В документе стороны согласовали общие позиции по региональной безопасности, взаимной поддержке суверенитета и территориальной целостности, а также стратегическим направлениям экономического сотрудничества [1].

2. Создание Платформы торгово-экономического сотрудничества «Центральная Азия – Китай». Данная инициатива является практическим инструментом для реализации огромного потенциала экономического

партнерства [2]. Ее главная задача — соединить возможности китайского капитала и технологий с конкретными проектами и потребностями стран Центральной Азии. В рамках Платформы проходят форумы бизнеса и инвестиционные презентации, где напрямую взаимодействуют представители деловых кругов. Это способствует не только увеличению товарооборота, но и запуску совместных предприятий в переработке сельхозпродукции, созданию промышленных кластеров, развитию логистических хабов и внедрению «зеленых» технологий [5].

3. Активное развитие гуманитарных обменов в рамках формата «C5+1», увеличение квот для студентов из Центральной Азии и организация культурных мероприятий, кинофестивалей, выставок и научных форумов [4]. Эта комплексная программа создаёт основу для долгосрочного взаимопонимания, преодоления культурных барьеров и формирования позитивного образа Китая, что укрепляет устойчивость всего формата сотрудничества.

Центральная Азия имеет для Китая критически важное значение в сферах безопасности и экономики. Регион служит буферной зоной, обеспечивающей стабильность Синьцзян-Уйгурского автономного района через создание пояса безопасности и сотрудничества [7]. Экономически Центральная Азия является источником энергоресурсов, рынком сбыта и ключевым транзитным коридором в рамках инициативы «Пояс и путь» [4]. Инвестиции в транспортную и логистическую инфраструктуру региона делают трансконтинентальные перевозки между Китаем и Европой более эффективными и экономически целесообразными.

Наконец, формат «C5+1» является для Китая инструментом сдерживания влияния других крупных игроков. Регион, исторически находившийся в сфере влияния России и привлекающий внимание Запада, становится ареной мягкой конкуренции. Активно развивая прямое партнерство в формате «C5+1», Китай постепенно усиливает свои собственные позиции, предлагая альтернативные России и Западу модели экономического сотрудничества и политического диалога [8].

Партнерство с Китаем в формате «C5+1» позволяет странам Центральной Азии диверсифицировать внешнюю политику, исторически ориентированную на Москву [3]. Этот механизм дает им возможность балансировать между влиянием России, Китая и Запада, увеличивая внешнеполитическую маневренность и укрепляя суверенитет через использование конкуренции держав.

Сотрудничество в формате «C5+1» открывает не имеющим выхода к морю странам Центральной Азии доступ к мировым рынкам через

китайские логистические сети и тихоокеанские порты [2]. Это снижает их традиционную транспортную зависимость от России, создавая альтернативные маршруты для экспорта. В рамках этой взаимовыгодной системы Китай укрепляет экономическое и стратегическое влияние, обеспечивая безопасность и продвигая инициативу «Пояс и Путь», тогда как центральноазиатские государства получают важные экономические и инфраструктурные преимущества.

Говоря об особенностях сотрудничества Китая и Центральной Азии в рамках формата «С5+1» стоит сказать, что формат отличается комплексной экономико-инфраструктурной направленностью, сочетая масштабные проекты в рамках «Пояса и пути» с задачами региональной безопасности. Строительство транспортных и энергетических объектов служит не только экономическому развитию, но и созданию стабильности через генерацию рабочих мест, что составляет уникальную особенность данного диалогового механизма в Центральной Азии [2].

В свою очередь, существует формат «С5+Россия», который исторически имеет иные приоритеты [3]. Для него характерен более выраженный акцент на военно-политической интеграции и координации в сфере безопасности, что реализуется в тесном взаимодействии в рамках таких структур, как ОДКБ и ШОС.

Параллельно с этим значительное внимание уделяется гуманитарным связям: развитию образовательных обменов и продвижению «традиционных ценностей». Таким образом, российский вектор для Центральной Азии в большей степени связан с вопросами коллективной обороны, политического альянса и общего культурно-цивилизационного пространства.

Что касается другого подобного формата, а именно формата «С5+США», то его идейная основа сфокусирована на продвижении демократических идей и институтов, верховенства права и защиты прав человека. Американская сторона в рамках этого диалога традиционно делает упор на поддержку гражданского общества, независимых СМИ и развитие рыночной экономики, основанной на прозрачных правилах [6].

Подводя итог, можно сказать, что формат «С5+1» (Китай) стал для Пекина эффективным инструментом для институционализации своего растущего влияния в регионе. Он позволяет Китаю комплексно решать свои стратегические задачи: обеспечивать безопасность западных рубежей, продвигать экономические проекты в рамках инициативы «Пояс и Путь» и укреплять свои позиции в качестве одного из ключевых внешних партнеров для стран Центральной Азии. Для стран ЦА этот

формат - возможность привлекать китайские ресурсы для развития, сохраняя при этом многополярность своей внешней политики.

Литература:

1. Отчет – Второй саммит Китай-Центральная Азия [Электронный ресурс] / newscentralasia. – URL: <https://www.newscentralasia.net/2025/06/18/otchet-vtoroy-sammit-kitay-tsentrálnaya-aziya/> (дата обращения: 28.11.2025).
2. Marlene Laruelle. China's belt and road initiative and its impact in Central Asia / Washington, D.C.: Central Asia Program, The George Washington University, 2018 — 184 с.
3. Королев А. С. Особенности гуманитарного сотрудничества РФ со странами Центральной Азии на современном этапе // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2024 № 2 С. 12–23.
4. Лексютина Я.В. Контуры экономического присутствия Китая в Центральной Азии // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2020 № 25(25). С. 305—320.
5. Лю Тао. Строительство «мягкой силы» Китая на пространстве Центральной Азии: Саммит «Китай-Центральная Азия» как стратегическая опора / Тао Лю, Чжан До // Социально-гуманитарные знания. – 2025. – № 9. – С. 311-316.
6. Кокошин А.А., Кокошина З.А. Об основных направлениях внешнеполитической стратегии США в Центральной Азии // Современная Европа. 2022. № 6. С. 126-139.
7. Шэнь Сяочэн. Эволюция развития стратегического восприятия США в Центральной Азии // Международные отношения. 2021. № 9. С. 76-87.
8. Хайдаров Р.Д. К вопросу о развитии стран Центральной Азии в период трехполярного мира // Известия института философии, политологии и права им. А. Баховаддинова национальной академии наук Таджикистана. № 1. 2023. С. 168-174.

ОТРАЖЕНИЕ ПОЛИТИКИ КИТАЯ В ВЕНГЕРСКИХ СМИ

С. М. Морозов

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, smorozovmos@gmail.com

Научный руководитель: Карнаухов Д. В., д.и.н

The aim of this study is to present the perspectives of Hungarian media on Chinese politics. The research analyzes articles from Magyar Nemzet, 24.hu, 444.hu, Telex.hu, and Index.hu, focusing on coverage of Xi Jinping's visits, bilateral agreements, economic and infrastructure projects, China's political system, technological development, and military issues. Findings indicate that pro-government media present China positively, while liberal and independent outlets provide critical and analytical perspectives.

Цель данного исследования — представить взгляды венгерских СМИ на китайскую политику. Анализируются статьи из Magyar Nemzet, 24.hu, 444.hu, Telex.hu и Index.hu, с акцентом на освещение визитов Си Цзиньпина, двусторонних соглашений, экономических и инфраструктурных проектов политической системы Китая, технологического развития и военных вопросов. Результаты показывают, что провластные СМИ формируют позитивный образ Китая, тогда как либеральные и независимые издания предлагают критический и аналитический взгляд.

В Венгрии медиасреда характеризуется высокой концентрацией собственности и выраженной политической поляризацией. СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения и распространении государственных приоритетов, что особенно важно при освещении международных отношений.

СМИ выполняют важную роль в государственном управлении, поскольку власти могут их лицензировать, ограничивать или использовать для продвижения официальной позиции и формирования общественного мнения. Их задачей является мониторинг общественных настроений, информирование аудитории и отражение собственных политических установок. В этом контексте актуальность анализа венгерской медиакартинки по Китаю особенно значима. Усиление экономических и политических связей между Венгрией и Китаем делает медийное освещение этих процессов индикатором приоритетов государственной политики и общественного восприятия. Анализ публикаций позволяет выявить, как политическая ориентация СМИ влияет на трактовку китайской политики и интерпретацию венгерско-китайских отношений.

В публикациях издание Magyar Nemzet является проправительственным изданием, тесно связанным с правящей партией

Fidesz. После 2019 года газета входит в медиахолдинг KESMA (Central European Press and Media Foundation), который объединяет десятки лояльных правительству средств массовой информации. В научных исследованиях и международных мониторинговых докладах Magyar Nemzet систематически классифицируется, как официальный рупор правящей политической линии Fidesz. Magyar Nemzet, включая статью «Венгрия поднялась на самый высокий уровень в иерархии отношений с Китаем» (Magyarország a kínai kapcsolati hierarchia legmagasabb szintjére került) (2024), подчеркивается достижение Венгрией «наивысшего уровня в иерархии отношений» с Китаем, подписание соглашений по инфраструктуре, энергетике и транспорту, а также участие в инициативе «Пояс и путь». Китай позиционируется, как стратегический партнер с преимущественно позитивной оценкой сотрудничества. Издание придерживается консервативной ориентации, акцентируя внешнеполитические успехи правительства.

24.hu является крупным общенациональным новостным порталом широкого профиля, принадлежащим частному медиахолдингу Central Médiaszoport Zrt. Издание формально не входит в структуру KESMA. В научных классификациях 24.hu, как правило, определяется, как коммерческое средство массовой информации с относительной редакционной автономией, занимающее умеренно критическую позицию в отношении действующей власти. 24.hu, в том числе «Си Цзиньпин, венгерско-китайская дружба» (Hszi Csin-ping, magyar-kínai barátság) (2024), освещают визит Си Цзиньпина, укрепление двусторонней дружбы, экономическое и культурное взаимодействие, долгосрочные проекты и инвестиции без выраженной критики. подача носит позитивный характер с фокусом на дипломатии и экономике. Издание занимает средне либеральную, относительно независимую позицию.

444.hu представляет собой цифровое независимое медиа аналитико-расследовательского типа, функционирующее с 2013 года. Издание характеризуется выраженной критической позицией по отношению к правительству и партии Fidesz и в научной литературе относится к категории независимых оппозиционных новостных порталов, выполняющих функцию общественно-политического контроля. Статьи 444.hu, такие, как «Из „красного принца” в изгнанного... кто на самом деле Си Цзиньпин» (Vörös hercegből kitaszított ... kicsoda valójában Hszi Csin-ping) (2024), анализируют биографию Си Цзиньпина, концентрацию власти, партийный контроль, цензуру и подавление оппозиции, представляя Китай, как авторитарное государство. Материалы носят критический характер с акцентом на угрозы демократии. Издание либерально-критическое по направленности.

Редакция Index.hu с 2020 года утратила статус независимого средства массовой информации. После изменений в управленческой и рекламной структуре издания в 2020 году произошло массовое увольнение редакции. Значительная часть журналистского коллектива покинула редакцию и основала новое независимое издание Telex.hu. С этого периода Index.hu в научных работах рассматривается, как издание, находящееся под косвенным политико-экономическим влиянием, близким к правительственным интересам, несмотря на то, что юридически оно не входит в структуру KESMA. Статья Index.hu «Китай — демократия или меритократия?» (Kína — demokrácia vagy meritokrácia?) (2019) сравнивает китайскую меритократию с западной демократией, оценивая устойчивость системы нейтрально. Оно центристско-либеральное с аналитическим подходом.

В материале Telex.hu является независимым онлайн-изданием, основанным в 2020 году бывшими сотрудниками Index.hu после утраты теми редакционной автономии. Финансовая модель Telex строится на читательских пожертвованиях, подписках и рекламных доходах, что снижает уровень прямой политической зависимости. В исследованиях медиасистемы Венгрии Telex.hu классифицируется, как оппозиционно-критическое и редакционно, как автономное средство массовой информации, ориентированное на стандарты профессиональной журналистики. Статья Telex.hu «Китай, Народная армия» (Kína, Néphadsereg.) Meta AI (2024) обсуждается использование китайской армией ИИ, включая модели Meta LLaMA, и связанные глобальные риски. Издание либерально-независимое, ориентировано на объективный анализ.

Изученные публикации выявляют преобладание нейтральной позиции венгерских СМИ по отношению к Китаю с позитивным тоном в проконсервативных изданиях (Magyar Nemzet) и критико-аналитическим в либеральных (444.hu, Telex.hu). Венгрия активно развивает связи с Китаем в условиях баланса между ЕС и собственной внешней политикой, включая поддержку отношений с Россией вопреки брюссельскому давлению. Долгосрочное правление партии Fidesz влияет на медиapolитику, однако предстоящие выборы могут изменить эту динамику.

Литература:

1. Szabo Istvan. Magyarország a kínai kapcsolati hierarchia magasabb szintjére került [Electronic resource] // Magyar Nemzet. – 10.05.2024. – URL: <https://magyarnemzet.hu/kulfold/2024/05/magyarorszag-a-kinati-kapcsolati-hierarchia-legmagasabb-szintjere-kerult> (accessed: 29.11.2025).

2. Papp Atilla. Hszi Csin-ping a magyar-kínai barátságról írt dolgozatot a Magyar Nemzetbe admin [Electronic resource] // 24.hu. – 08.05.2024. –URL: <https://24.hu/belfold/2024/05/08/hszi-csin-ping-magyar-kina-i-baratsag-magyar-nemzet/> (accessed: 28.11.2025).

3. Horváth Bence. Vörös hercegből kitaszított, majd szürke kádereből Mao óta nem látott autokrata: kicsoda valójában Hszi Csin-ping? [Electronic resource] // 444.hu. – 09.05.2024.URL: <https://444.hu/2024/05/09/voros-hercegbol-kitaszított-majd-szurke-kaderbol-mao-ota-nem-latott-autokrata-kicsoda-valojaban-hszi-csin-ping> (accessed: 28.11.2025).

4. Kovács Pál. A kínai hadsereg a Meta mesterséges intelligenciáját használná fel hadászati célokra [Electronic resource] // Telex.hu. – 01.11.2024. – URL: <https://telex.hu/techtud/2024/11/01/kina-nephadsereg-meta-ai-mi-mesterseges-intelligencia-iranyelv> (accessed: 23.11.2025).

5.index. (MT) Mitől működik az illiberális mintaállam? [Electronic resource] // Index.hu. – 17.05.2019. – URL: https://index.hu/kulfold/2019/05/17/kina_demokracia_meritokracia_hszi_csi_n-ping-politikai_rendszer_hatekonyabb/ (accessed: 25.11.2025).

МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ГРАЖДАН ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

А. А. Новоселова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, 03annan0204@gmail.com**

Научный руководитель: Никитенко Е. В., к.и.н.

В данной статье рассматриваются меры государственной поддержки пожилых граждан в Республике Корея в контексте стремительного старения населения. Данная система мер включает в себя пенсионную систему, программы создания рабочих мест для пожилых граждан, различные льготы и поддержки работодателям, нанимающих пожилых людей и поддержку медицинских, транспортных расходов, связи и энергоресурсов.

This article examines the measures of state support for senior citizens in the Republic of Korea in the context of the rapid aging of the population. This system of measures includes a pension system, job creation programs for senior citizens, various benefits and support for employers employing the elderly, and support for medical, transportation, communications, and energy resources.

Старение населения представляет собой одну из основных демографических проблем большинства современных обществ, включая

Республику Корею. Республика Корея стремительно вступает в эпоху стареющего общества, и важность политики социального обеспечения для пожилых людей растет с каждым днем, что создает для государства новые вызовы в сфере социальной политики. Если в 1980 году доля пожилых людей 65 лет и старше составляла 1,456,033 человек, то в 2024 году она составила 9,938,235 млн. человек, что равно 19% от всей численности населения. Еще в 2017 году группа пожилого населения 65 лет и старше превысила группу населения 0-14 лет, что сделало Республику Корею стареющим обществом [9]. Государственная поддержка граждан пенсионного возраста в Республике Корея, которая формировалась в условиях быстрого старения населения, может послужить ценным опытом для других стран, несмотря на то, что многие меры все еще находятся в стадии разработки и доработки. Целью данного исследования является выявление основных мер государственной поддержки граждан пенсионного возраста как ответ на вызовы старения общества.

Основу политики поддержки пожилых людей в Республике Корея составляет Закон о социальной защите пожилых людей от 1981 года. Этот закон заложил правовую базу для обеспечения достойного уровня жизни и предоставления социальных услуг старшему поколению. Ключевые элементы этой политики включают базовую пенсионную систему, программы создания рабочих мест для пожилых граждан и поддержку медицинских расходов. Основной мерой государственной поддержки пенсионеров является пенсионная система, которая состоит из базовой пенсии по старости, национальной пенсионной системы (NPS) и специальных профессиональных пенсионных программ. NPS – это страховая система пенсионного обеспечения, внедренная в 1988 году и охватывающая работников частного сектора [10]. Основными видами выплат являются: пенсия по старости, пенсия по случаю потери кормильца, пенсия по инвалидности и единовременная выплата при выходе на пенсию. Лица достигшие 65 лет и выплачивавшие в течение 20 лет взносы имеют право на получение пенсии по старости. С 2024 года взносы на государственное пенсионное страхование уплачиваются в размере 9% от дохода, из которых 4,5% выплачивает работник и 4,5% работодатель [11]. Из-за того, что пенсионная система была запущена в 1988 году и стала доступна всем гражданам только в 1998 году, большинство нынешних пенсионеров имеют небольшой стаж страхования. Это приводит к низким пенсионным выплатам, что серьезно ухудшает их финансовое положение. Подтверждением этой проблемы является высокий уровень бедности среди пожилых людей, который в 2021 году составил 37,7% [8]. Базовая пенсия по старости, введенная в

2008 году, является ежемесячной выплатой для пожилых граждан в возрасте 65 лет и старше, нуждающихся в поддержке, чьи доходы не достигают уровня, установленного указом президента. Стандартный размер базовой пенсии составляет около 300-400 тыс. вон в месяц. Данная сумма является достаточно маленькой по сравнению с минимальным размером оплаты труда в Республике Корея [4]. К специальным профессиональным пенсионным программам относятся: пенсия государственных служащих, военная пенсия, пенсия учителей частных школ. Данные категории пожилых людей получают наибольшую пенсию, однако они вносят не 9% страховых взносов, а 18% [11]. По состоянию на 2021 год средняя месячная пенсия государственных служащих составила 2,53 млн вон, пенсия учителей частных школ — 2,93 млн вон, а военная пенсия — 2,77 млн вон [2].

Помимо пенсионной системы, правительство реализует различные программы с целью повышения уровня жизни пожилых людей. Одной из таких программ является «Проект поддержки занятости и социальной активности пожилых граждан», который предоставляет рабочие места для пожилых людей и возможность пожилым людям участвовать в различных общественных и социальных проектах для более активной интеграции в жизнь общества. Цель поддержки – способствовать улучшению благосостояния пожилых людей, поддерживая их активную и здоровую старость через различные социальные активности, такие как общественная деятельность, рабочие места, обмен талантами. Приоритет отдается пожилым людям, живущим одним или не имеющим дохода [5].

Другая программа «Индивидуальные услуги по уходу за пожилыми людьми» предоставляет различные услуги по уходу за пожилыми людьми, которые нуждаются в уходе, например, те, кто получают базовую пенсию, имеют семью с низким доходом или живут одни. Пожилым людям предоставляются различные виды услуг в сферах социального участия, повседневной жизни. В зависимости от потребностей и степени ухода каждого человека, определяются содержание услуги, время предоставления, частота и другие параметры [6].

Более того, пожилые люди могут воспользоваться поддержкой по оплате транспортных расходов, связи и энергоресурсов. Пожилые люди в зависимости от категории (инвалид, получатели базовой пенсии, люди, оказавшие заслуги перед страной, люди с неизлечимыми болезнями и др.), могут получить различные скидки на мобильную связь. Если пожилой человек получает социальную помощь, он может получить энергетический ваучер для покупки электричества, газа, отопления и др. Пожилые люди в возрасте 65 лет и старше могут бесплатно или по

льготной цене пользоваться государственными транспортными средствами и общественными объектами [3].

Что касается медицинских расходов, пожилые граждане, страдающие гериатрическими заболеваниями, могут получать поддержку на покрытие всех или части расходов, необходимых для профилактики, раннего выявления и лечения гериатрических заболеваний, от государственных или местных органов власти в зависимости от их финансовых возможностей [7].

Важно отметить, что правительство стимулирует частный бизнес к трудоустройству пожилых людей посредством предоставления различных льгот и поддержку работодателям. Система непрерывной занятости предусматривает субсидии работодателям и поддержку работников в продолжении работы после выхода на пенсию. Государство частично компенсирует расходы на оплату труда определенным предприятиям, нанимающим на работу людей старше 60 лет в качестве стажёров. Размер выплаты рассчитывается умножением месячной выплаты в 300 тысяч вон на число работников, находящихся в должности. Также, если трудовой стаж составляет менее одного месяца, выплаты рассчитываются пропорционально отработанным дням, умножением 300 тысяч вон на количество дней работы. Количество работников, имеющих право на поддержку за квартал, не может превышать 30 человек [1].

Таким образом, политика в области благосостояния пожилых граждан в Республике Корея может представлять собой пример адаптации социальной системы к демографическим изменениям. Однако для достижения более существенных результатов требуется дальнейшее совершенствование пенсионной системы, направленное на повышение уровня доходов наиболее уязвимых категорий пожилых граждан. Данная политика включает в себя базовую пенсионную систему, программы по созданию рабочих мест для пожилых людей, стимулирование работодателей, нанимающих людей пенсионного возраста, поддержку медицинских расходов этой категории граждан, поддержку по оплате транспортных расходов, связи и энергоресурсов для пожилых граждан.

Литература

1. 계속고용 지원 [Electronic resource]. – URL: <https://easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=1122&ccfNo=2&cciNo=2&cnpClsNo=5> (accessed: 14.11.2025).
2. 공무원연금 월 253 만원, 국민연금은 55 만원 [Electronic resource]. – URL:

https://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/1119395.html (accessed: 14.11.2025).

3. 교통·이동통신·에너지요금 지원 [Electronic resource]. – URL: <https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?csmSeq=1963&ccfNo=2&cciNo=3&cnpClsNo=1> (accessed: 14.11.2025).

4. 기초연금 [Electronic resource]. – URL: <https://www.mohw.go.kr/menu.es?mid=a10714040000> (accessed: 14.11.2025).

5. 노인일자리 및 사회활동 지원사업 [Electronic resource]. – URL: <https://www.mohw.go.kr/menu.es?mid=a10712020100> (accessed: 14.11.2025).

6. 노인맞춤돌봄서비스 [Electronic resource]. – URL: <https://www.mohw.go.kr/menu.es?mid=a10712010400> (accessed: 14.11.2025).

7. 노인 의료비 지원 종류 [Electronic resource]. – URL: <https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=1963&ccfNo=4&cciNo=1&cnpClsNo=2#:~:text=%EB%85%B8%EC%9D%B8%EC%84%B1%20%EC%A7%88%ED%99%98%EC%9D%84%20%EC%95%93%EA%B3%A0%20%EC%9E%88%EB%8A%94,%EC%A1%B0%EC%9D%984%EC%A0%9C1%ED%95%AD> (accessed: 14.11.2025).

8. 소득과 자산으로 진단한 노인빈곤과 정책방향 [Electronic resource]. – URL: https://www.kdi.re.kr/research/focusView?pub_no=18100 (accessed: 14.11.2025).

9. 주요인구지표 (성비, 인구성장률, 인구구조, 부양비등) / 전국 [Electronic resource]. – URL: https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1BPA002&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=A41_10&scrId=&seqNo=&lang_mode=ko&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE&path=%252FstatisticsList%252FstatisticsListIndex.do&orderBy=ASC (accessed: 14.11.2025).

11. Пак М.Д. Социальная поддержка пожилых людей в Республике Корея [Электронный ресурс]. – URL: <https://lk.iccaras.ru/assets/components/dsgfileupload/files/230b9c52.pdf> (дата обращения: 14.11.2025).

12. Ким Г.Н. Республика Корея / Страны мира. Алматы: Дайк-Пресс, 2010. – 584 с.

СТРАТЕГИЯ КИТАЯ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

П. Д. Овчинников

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Россия, e-mail: pavel.ovchinnikov.2000@bk.ru

Научный руководитель: Гаврилова В. А., к.и.н

Статья посвящена анализу китайской стратегии в области искусственного интеллекта как комплексного государственного проекта, направленного на достижение технологического суверенитета и глобального лидерства к 2030 году. Рассматриваются принципы технонационализма и долгосрочного планирования, геополитический контекст формирования альтернативной цифровой цивилизации, а также гибридная модель реализации через государственно-частное партнерство и региональную специализацию. Выявляются ключевые достижения Китая в области ИИ и системные вызовы, включая технологическую зависимость, кадровый дефицит и этические риски. Определены возможные сценарии развития, где устойчивость стратегии зависит от способности Китая балансировать между контролем и инновациями.

The article analyzes China's artificial intelligence strategy as a comprehensive state project aimed at achieving technological sovereignty and global leadership by 2030. It examines the principles of technonationalism and long-term planning, the geopolitical context of forming an alternative digital civilization, and the hybrid implementation model through public-private partnerships and regional specialization. The study identifies China's key achievements in AI alongside systemic challenges, including technological dependence, talent shortages, and ethical risks. Potential development scenarios are outlined, where the strategy's sustainability depends on China's ability to balance control and innovation.

Китайская стратегия в области искусственного интеллекта представляет собой комплексный государственный проект, направленный на достижение технологического суверенитета и глобального лидерства к 2030 году. Стратегия основана на принципах технонационализма, долгосрочного планирования и тесной интеграции государства, науки и бизнеса. Ключевыми документами являются «Национальный план развития ИИ нового поколения» (2017) и «Сделано в Китае 2025», которые задают этапы развития: паритет с мировыми лидерами (2020), прорыв в ключевых технологиях (2025) и создание экосистемы ИИ (2030).

Геополитический контекст стратегии ИИ Китая связан с формированием альтернативной модели цифровой цивилизации, противопоставленной западному подходу. Китай позиционирует ИИ как

инструмент «сообщества единой судьбы человечества», сочетая технологическое развитие с идеологией коллективизма, государственного контроля и социальной стабильности. Это отражается в концепции «новой цифровой цивилизации», где ИИ служит не только экономическому росту, но и укреплению политического суверенитета.

Институциональная структура реализации стратегии ИИ в Китае характеризуется гибридной моделью государственно-частного партнерства и региональной специализацией. Координацию осуществляют Национальная комиссия по развитию и реформам, Министерство промышленности и информатизации, Центральная комиссия по киберпространству и Национальный комитет по ИИ. Частные компании («Baidu», «Alibaba», «Huawei») действуют в рамках «направляемой конкуренции», а регионы специализируются на конкретных направлениях (Пекин — фундаментальные исследования, Шанхай — промышленное внедрение).

Китай демонстрирует значительные достижения в области ИИ, но сталкивается с системными вызовами, включая технологическую зависимость, кадровый дефицит и этические риски. К 2025 году Китай лидирует по числу научных публикаций и патентов в области ИИ, активно внедряет LLM-модели и развивает стартап-экосистему. Однако сохраняется зависимость от западных чипов (NVIDIA), отмечается перегрев рынка ИИ-стартапов, а также возникают вопросы прозрачности алгоритмов и защиты прав граждан.

Будущее китайской стратегии ИИ зависит от способности системы адаптироваться к глобальным вызовам, сохраняя баланс между контролем и инновациями. Возможны три сценария: лидерство (при успешном импортозамещении и реформах), стагнация (при сохранении текущих ограничений) или изоляция (в условиях усиления санкций). Устойчивость модели будет определяться способностью Китая сочетать централизованное управление с открытостью, этической регуляцией и международным сотрудничеством.

Китайский опыт предлагает альтернативную модель цифровой модернизации, основанную на синтезе технологий, культуры и государственного управления. Стратегия КНР демонстрирует, что успех в области ИИ зависит не только от технологий, но и от способности государства выстраивать целостные экосистемы, сочетающие планирование, идеологию и практическое внедрение. Это ставит вопрос о будущем глобальных стандартов ИИ и роли Китая в их формировании.

Литература:

1. Государственный совет Китая. План развития искусственного

интеллекта нового поколения (2017–2030 гг.) [Электронный ресурс]. – Пекин: Государственный совет КНР, 2017. – URL: <http://www.gov.cn/zhengce/2017-07/20/content.htm> (дата обращения: 23.11.2025).

2. Глушкова И.С. Искусственный интеллект и трансформация глобальной геополитики // Международные процессы. – 2023. – Т. 21. – № 1. – С. 120–139.

3. TED Talks. Ли К.-Ф. Искусственный интеллект и глобальная конкуренция между США и Китаем [Видеозапись]. – Конференции TED, 2019 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ted.com/talks> (дата обращения: 25.11.2025).

4. Закон КНР о защите личной информации. – Пекин: Постоянный комитет Всекитайского собрания народных представителей, 2021. – 24 с.

5. Решетникова М.С., Лукина Ю.Д. Политика Китая в борьбе за мировое лидерство в области искусственного интеллекта // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – № 4. – С. 1929–1941.

6. Marina S. Reshetnikova. China's innovation race: future leader or outsider? // RUDN Journal of Economics. – 2021. – № 1. – С. 56–63.

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В КИТАЕ: МЕХАНИЗМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

П. С Опалинская

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, polyopal07@gmail.com

Научный руководитель: Зиневич О. В, д.ф.н., доцент

В статье рассматривается история формирования стратегии интернационализации высшего образования в Китае механизмы её развития и дальнейшие перспективы.

The article examines the history of the formation of the strategy for internationalization of higher education in China, the mechanisms of its development and future prospects.

Начиная с начала политики реформ и открытости, китайское руководство ставит перед собой важную задачу – интернационализация высшего и профессионального образования. Китайский подход к интернационализации отличается особой ролью государства, которое определяет стратегическое направление и цели этого процесса, исходя из приоритетов внутренней политики и особенностей внешнеполитической обстановки.

Интернационализация высшего образования в Китае началась в конце 1970-х годов с принятием курса реформ и открытости. Учёные из Китая выделяют несколько последовательных этапов её развития, ориентированных на разные цели и механизмы их достижения. В период 1980–1990-х гг. ключевое внимание уделялось развитию академической мобильности среди студентов и преподавателей, включая реализацию массовых программ обучения за границей, преимущественно в Соединённых Штатах Америки. С начала 1990-х акцент сместился на расширение международного научного сотрудничества. В двухтысячных годах началось активное использование зарубежного опыта путём внедрения совместных образовательных проектов с иностранными вузами. А начиная с 2010-х годов возникла новая цель — экспортирование китайской образовательной модели и продвижение «мягкой силы» посредством международных образовательных инициатив [3]. Здесь важно отметить, что в Китае «мягкую силу» рассматривают в основном с точки зрения культуры и культурного взаимодействия государств. В отличие от западной концепции, которая опирается на популярную массовую культуру, Китай стремится удерживать свою традиционную специфику, опереться на многовековую историю и культуру своего народа, а также множества национальностей, проживающих на территории КНР.

За прошедшие десятилетия КНР сумела трансформироваться в значимого актора на арене международного образовательного пространства. Подтверждением данного утверждения служит устойчивое лидерство Китая по числу граждан, получающих образование за пределами своей родины. Согласно статистическим данным, даже в условиях неполностью восстановленной академической мобильности, наблюдавшихся в 2022 году, граждане Китая составили порядка 30 процентов от общего количества иностранных студентов, зачисленных в образовательные учреждения Соединённых Штатов Америки [4].

На современном этапе, согласно программе «Модернизация китайского образования к 2035 г.» (中国教育现代化 2035) (2019), акцент делается на повышении качества образования [1]. Эта стратегическая цель также устанавливает задачи по интернационализации. Ее рассматривают главным образом как средство повышения уровня образования на национальном уровне, формирования научно-технической базы для ключевых отраслей экономики и усиления государственного потенциала в гуманитарной сфере, превращая его в активного участника «дискурсивной силы».

Исследование процессов интернационализации высшей школы в Китае главным образом касается вопросов академической мобильности

учащихся и преподавателей, коммерциализации и приватизационных аспектов образовательной сферы, а также роли английского языка как универсального учебного инструмента. Сегодня особую значимость приобретает выявление особенностей именно китайской модели интернационализации, над которой работают ученые-китаисты. Для Китая характерно особое отношение к странам Запада, выступающим одновременно источниками полезных нововведений и идеологическими конкурентами, взаимодействие с которыми сопряжено с рисками потери собственного образовательного суверенитета ввиду исторического опыта и текущих политических реалий. Эта двусмысленность отчетливо видна в сфере партнёрства университетов, где совместные учебные программы зачастую обладают неясным юридическим статусом и подвергаются неожиданным изменениям регуляционной политики, инициированным государством КНР [2].

Анализ эмпирического материала, отражающего процесс интернационализации системы высшего образования Китая, позволяет выделить ряд характерных особенностей данного феномена. Во-первых, отмечено включение целей и задач китайской образовательной политики в глобальные конкурентные отношения, ориентированные преимущественно на взаимодействие с ведущими образовательными системами западных стран. Страна позиционирует себя в качестве догоняющего субъекта, активно реализующего стратегию интервенционной интернационализации, направленную на достижение сопоставимого уровня образовательных стандартов и закрепление лидирующих позиций в международной академической среде. Параллельно западные образовательные учреждения рассматриваются как источники инноваций и передовых практик, обеспечивающих повышение качественного уровня национальной системы подготовки кадров, и одновременно выступают объектами соперничества в контексте глобальных университетских рейтингов [4].

После 2010 года существенно возросла политическая значимость процесса интернационализации системы высшего образования. КНР проявила стремление не только к имплементации международного опыта в образовательную сферу («введение извне»), но и приступила к активному распространению собственной культурно-политической парадигмы посредством реализации образовательной экспансии согласно доктрине «экстерриториального продвижения» («выход вовне»). Указанная стратегия реализовывалась, среди прочего, путем учреждения многочисленных институтов Конфуция, функционирующих в качестве центров освоения китайского языка и культурных традиций, а также профессиональных образовательных учреждений типа

«мастерских Лу Баня» [5]. Наконец, наиболее сложной формой взаимодействия является учреждение международного совместного университета (中外合作办学大学, International Joint University). Данная организационная структура представляет собой инновационную форму образовательного учреждения, учреждённого на территории принимающего государства в качестве самостоятельного юридического лица в процессе межвузовского партнёрства.

На сегодняшний день взаимодействие китайских образовательных учреждений высшего звена с международными партнерами осуществляется на трёх иерархически дифференцированных уровнях, исходя из масштабов сотрудничества. Наиболее широко применяемый формат данного взаимодействия представлен совместно реализуемыми образовательными программами уровней *undergraduate* и *graduate studies*. Завершение такого рода образовательной траектории сопровождается вручением выпускникам совместного либо двойного диплома установленного образца.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что интернационализация высшего образования в Китае еще не достигла глобального размаха и до сих пор находится на этапе развития. В настоящее время можно проследить динамику прогресса и увидеть, что сейчас Китай движется в сторону строительства качественного нового общества и экономики и интернационализация образования будет способствовать этому, привлекая в страну все больше и больше высококвалифицированных специалистов и создавать свои кадры для улучшения общества.

Литература:

1. Zhonggong Zhongyang, Guowuyuan yinfa “Zhongguo jiaoyu xiandaihua 2035” 中共中央、国务院印发《中国教育现代化 2035》[The Central Committee of the CCP and the State Council issued “China Education Modernization 2035”]. February 23, 2019. [Electronic resource]. - URL: https://www.gov.cn/zhengce/2019-02/23/content_5367987.htm (accessed: 08.10.2025).

2. Rui, Yang (2016). Internationalization of higher education in China. An Overview. In: Guo, S.; Guo, Y. (eds.). (01 Jan. 2016). *Spotlight on China*. Leiden, The Netherlands: Brill, Vol. 2, Chinese Education in the Globalized World.

3. Zheng, Jie; Kapoor, Dip (2021). State formation and higher education (HE) policy: An analytical re- view of policy shifts and the internationalization of higher education (IHE) in China between 1949 and 2019. *Higher Education*,

Vol. 81, No 2. Pp. 179–195. [Electronic resource]. - URL: <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00517-2> (accessed: 06.10.2025).

4. Are China's outbound student flows about to peak? June 15, 2022. [Electronic resource]. - URL: <https://monitor.icef.com/2022/06/are-chinas-outbound-student-flows-about-to-peak/> (accessed: 10.10.2025).

5. Tin, Yau Joe Lo; Pan, Suyan (2021). The internationalisation of China's higher education: soft power with 'Chinese characteristics', Comparative Education, Vol. 57, No 2. Pp. 227–246. DOI: 10.1080/03050068.2020.1812235.

6. Jiaoyu kaifang liuxuesheng cheng "Zhongguo mingpian" 教育开放 留学生成“中国名片”[Open education, overseas students become “China's business card”]. October 27, 2020 [Electronic resource]. - URL: http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/s5147/202010/t20201027_496773.html (accessed: 10.10.2025).

РОЛЬ КИТАЙСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК В ФОРМИРОВАНИИ ЭТИЧЕСКИХ НОРМ И МИРОВОЗЗРЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Д. Д. Панасенко

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, sudakova.darya86@mail.ru

Научный руководитель: Хрипунов И. Г., доцент

В статье анализируется роль китайских народных сказок в формировании этических норм и мировоззрения. Рассматривается, как сказки служат инструментом культурной передачи, инкорпорируя традиционные ценности, социальные идеалы и модели поведения. В статье исследуются специфические черты китайского фольклора, влияние конфуцианских, даосских и буддийских элементов на мировоззрение.

This article analyzes the role of Chinese folk tales in shaping ethical norms and worldviews. It examines how folk tales serve as a tool for cultural transmission, incorporating traditional values, social ideals, and behavioral patterns. The article explores the specific features of Chinese folklore and the influence of Confucian, Taoist, and Buddhist elements on worldviews.

В условиях глобализации и интенсивного межкультурного взаимодействия возрастает необходимость в понимании механизмов сохранения культурной идентичности и передачи традиционных ценностей. Китайские народные сказки, являясь неотъемлемой частью

культурного наследия, играют фундаментальную роль в становлении этических норм и мировоззрения на протяжении многих поколений. Они служат не только источником развлечения, но и мощным дидактическим инструментом, передающим традиционные ценности, социальные идеалы и поведенческие модели, глубоко укорененные в богатой истории и философских течениях Китая. Через сложную систему мифологических образов, архетипов и сюжетных структур сказки формируют у детей и взрослых фундаментальные представления о добре и зле, справедливости, семейных и общественных обязанностях.

Основной целью исследования является анализ роли китайских народных сказок в процессе формирования этических норм и мировоззрения в современных условиях.

Фольклорная идентичность, основанная на общей фольклорной практике, играет роль унификатора в поддержании «китайской идентичности» и китайской культуры в целом. Эта функция помогает сохранить национальную самоидентичность и защитить культурную среду в условиях глобализации и вестернизации. Китайский фольклор обладает рядом уникальных особенностей. Китайские народные верования и моральные ценности демонстрируют преемственность, адаптируясь к новым социальным реалиям, но сохраняя при этом основные этические принципы [4, С. 20].

Конфуцианство, с акцентом на *жэнь* (гуманность, человеколюбие), *ли* (ритуал) и *сяо* (сыновняя почтительность), глубоко формирует этическое содержание китайских народных сказок. Истории часто иллюстрируют патриархальный строй общества, важность семьи, мужества и честности, иерархии и социальной гармонии, подчеркивая предпочтения коллективных интересов над индивидуальными, а также резкую критику жестокой, несправедливой власти и социальной несправедливости. Эти нарративы, по своей сути, являются уроками этики, где добродетельные поступки вознаграждаются, а порочные — наказываются. Конфуцианское мировоззрение рассматривает моральное совершенствование как жизненный путь, при этом старость считается вершиной морального развития. Центральное место в конфуцианской этике занимает концепция «лица» (*мяньцзы*), которая мотивирует людей стремиться к моральному совершенствованию и поддерживать социальную гармонию. Народные сказки часто затрагивают вопросы репутации, стыда и важности самосовершенствования [2].

Концепция «*Datong*» (Великое Единение) является одной из древнейших социальных идеалов в китайской мысли. Этот идеал, сформулированный еще в конфуцианской классике, подразумевает создание гармоничного, справедливого и бесконфликтного общества, где

все люди живут в согласии, взаимопомощи и равенстве. Идея «*Datong*» часто находит отражение в народных сказках, которые рисуют утопические образы идеального общества. В этих историях царит согласие, люди заботятся друг о друге, а правители мудры и справедливы. Такие сказки формируют у слушателей и читателей представления о желаемом устройстве мира и показывают, какими способами можно достичь этого идеала [5].

Помимо конфуцианства также прослеживается влияние даосизма и буддизма. Центральное даосское понимание фольклора состоит в необходимости поддерживать природу, чтобы она могла «наслаждаться своим существующим положением». Традиционные нарративы подчеркивают гармонию между человеком и природой. Продвигаемое фольклором мировоззрение является холистическим, подчеркивающим баланс, взаимозависимость и уважение к природному миру. Буддизм добавил больше ритуальных форм и бытовых объяснений (например, реинкарнация и карма) к прежним китайским фундаментальным верованиям в «бессмертие души» и «единство человека и природы». Сказки могут использовать буддийские мотивы для объяснения справедливости и воздаяния, показывая, как поступки в этой жизни влияют на будущие воплощения [7, С. 24-25]. Таким образом, народные сказки выступают неформальными образовательными инструментами, формирующими характер и прививающими социальные нормы с раннего возраста.

Китайские моральные концепции часто отображаются через физические метафоры (например, право/лево для морального/аморального). Эти метафоры глубоко укоренены в народных нарративах и повседневном дискурсе, формируя интуитивные моральные суждения [1, С.1]. Кроме того, в фольклорных текстах Китая весьма значимыми являются аскетические элементы, такие как душевное равновесие, отзывчивость, любезность, счастье и радость, вознаграждение по справедливости. Фольклорная сказка всегда заканчивается хорошим концом, но лишь для тех персонажей, кто этого достоин, то есть конец сказки – своеобразное восстановление справедливости, поддержание равновесия. Таким образом, в сказках поучают общечеловеческим моральным устоям, рассказывают «что такое хорошо, а что такое плохо».

Китайские народные сказки используют устойчивые архетипы персонажей, которые помогают слушателям и читателям идентифицировать желаемые и порицаемые качества. Архетипы служат своеобразными "моральными маркерами", способствуя формированию коллективного сознания и ценностных ориентиров:

— Мудрый старец: часто выступает в роли наставника, обладающего глубокими знаниями и жизненным опытом, который помогает героям принять правильное решение.

— Доблестный герой: проявляет отвагу, справедливость, преданность и готовность к самопожертвованию ради других.

— Коварный злодей: воплощает негативные качества, такие как жадность, зависть, эгоизм и обман, и его поражение служит уроком о неизбежности наказания за злые деяния.

— Трудолюбивый крестьянин: часто вознаграждается за свой упорный труд и честность, в то время как ленивые и недобросовестные персонажи сталкиваются с трудностями.

— Добродетельная жена, почтительная дочь: воплощают положительные качества, такие как добродетель, преданность, выносливость и самопожертвование. В сказках, содержащих магические элементы (например, лисы-оборотни), женские персонажи могут выступать посредниками между мирами, обладая как жертвенной, так и преобразующей силой, хотя их влияние часто направлено на продвижение мужских персонажей или восстановление социального порядка.

В народных сказках Китая прослеживается соответствие между нарративными структурами и культурными ценностными системами. Гендерные роли, активность героев и их поведение в соответствии с архетипами в историях отражают и укрепляют преобладающие социальные нормы [3, С. 5113].

В современном мире процесс формирования мировоззрения и этических норм с помощью китайских народных сказок характеризуется адаптацией к новым технологиям распространения (социальные сети, мультимедийные платформы, видеоигры), что позволяет переосмыслить традиционные сюжеты и представить их новым поколениям. Это приводит к расширению охвата аудитории, но также и к фрагментации восприятия и утрате традиционного контекста устного повествования. Тем не менее основные этические принципы сохраняют свою актуальность, подтверждая непреходящую ценность фольклора как источника нравственного и культурного воспитания.

Таким образом, китайские народные сказки представляют собой не просто художественные произведения, а воспитательный инструмент, который глубоко влияет на формирование этических норм и мировоззрения. Устойчивое влияние фольклора на моральное образование признается в современных гражданско-моральных учебных программах, которые опираются на историю и моральные ценности для воспитания этического гражданства и социальной ответственности.

Через свои мифологические образы, архетипы, сюжетные структуры и встроенные философско-религиозные концепции они способствуют сохранению культурной идентичности, передаче традиционных ценностей и интеграции личности в общество, формируя представление о гармоничном и справедливом мире.

Изучение китайских народных сказок позволяет глубже понять китайскую культуру, ее ценности и принципы, которые продолжают оказывать влияние на современное общество, демонстрируя, как традиционное наследие может успешно сосуществовать с современностью. Выявленные элементы культурной трансмиссии через фольклорные нарративы можно использовать в практике преподавания китайского языка как иностранного с использованием культурно-ориентированного подхода, в образовательных программах по межкультурной коммуникации.

Литература:

1. Meng, M., Li, X., Zhao, J., Hao, Y. When western concept meets eastern culture: Exploring the impact of Confucianism on shared decision-making in China. *Asia-Pacific journal of oncology nursing*. [Electronic resource]. - URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11497373/#cebib0010> (accessed: 19.11.2025).
2. Winston Wu, Lu Wang, Rada Mihalcea. Cross-Cultural Analysis of Human Values, Morals, and Biases in Folk Tales. [Electronic resource] // URL: <https://aclanthology.org/2023.emnlp-main.311.pdf> (accessed: 21. 11. 2025).
3. Абрамова О. А. Нравственно-эстетические и ментальные ценности фольклора: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 17.00.09 Барнаул, 2006. 26с.
4. Захаров М. Ю. Общественный идеал «да тун»: социальная утопия старого Китая, или современный форсайт-проект [Электронный ресурс] // Вестник ГУУ. 2022. №1. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvennyy-ideal-da-tun-sotsialnaya-utopiya-starogo-kitaya-ili-sovremennyy-forsayt-proekt> (дата обращения: 22.11.2025).
5. Лю Шоухау. Чжунго миньцзянь гуши дэ ишу шицзе | луньвэнь. [刘守华：中国民间故事的艺术世界 | 论文]. «Художественный мир китайских фольклорных сказаний» [Electronic resource] // URL: <https://mp.weixin.qq.com/s> (accessed: 22. 11. 2025).
6. Пэн Лин. Сходства и различия конфуцианства, даосизма и буддизма [Электронный ресурс] // Вестник БГУ. 2015. №S14. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/shodstva-i-razlichiya-konfutsianstva-daosizma-i-buddizma> (дата обращения: 22.11.2025).

7. Тун Даньдань. Фольклорные сказания в Китае в XX- начале XXI века: основные подходы к исследованиям [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/folklornye-skazaniya-v-kitae-v-xx-nachale-xxi-veka-osnovnye-podhody-k-issledovaniyam/viewer> (дата обращения: 20. 11. 2025).

8. Хуншань Чжан. «Сто лет изучения китайского фольклора», 2022 г. [Электронный ресурс] // URL: <http://repository.buk.by/bitstream/handle/123456789/21429/> (дата обращения: 20. 11. 2025).

9. Цзювэнь Чжан. Фольклор в Китае [Электронный ресурс] // URL: https://www.researchgate.net/publication/324511529_Folklore_in_China_Past_Present_and_Challenges (дата обращения: 19.11.2025).

ВОСПРИЯТИЕ САММИТ ШОС – 2025 ГОДА В МАТЕРИАЛАХ «СИНЬХУА»

Н. Е. Пинекер

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nadia.pineker@mail.ru**

Научный руководитель: канд. ист. наук В. А. Гаврилова.

В условиях растущей геополитической напряженности и трансформации глобального порядка ШОС становится важным актором международных отношений. Средства массовой информации играют важнейшую роль, они являются не только зеркалом общественного развития, но и мостом взаимопонимания между людьми.

Amid growing geopolitical tensions and the transformation of the global order, the Shanghai Cooperation Organization (SCO) is becoming an important actor in international relations. The mass media play a crucial role, serving not only as a mirror of social development but also as a bridge of mutual understanding between people.

Целью данной работы является восприятия саммита ШОС 2025 года в Тяньцзине на основе изучения и систематизации материалов, опубликованных в официальном информационном агентстве правительства КНР «Синьхуа». Анализ статей охватывает период с 31 августа по 1 сентября 2025 года. При написании работы было использованы общенаучные методы анализа, синтеза, и контент-анализа.

Ежегодный саммит стран Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) прошел с 31 августа по 1 сентября 2025 года в Китае, в портовом городе центрального подчинения Тяньцзине. Юбилейный 25-й саммит ШОС стал, по оценке «Синьхуа» самым масштабным за всю историю

существования. ШОС выросла из шести стран-основателей в сообщество из 26 стран, охватывает Азию, Европу и Африку, и включает 10 государств-членов, два государства-наблюдателя и 14 партнёров по диалогу. В настоящее время это крупнейшая в мире региональная международная организация. Центральными фигурами саммита стали председатель КНР Си Цзиньпин, президент России Владимир Путин, и премьер-министр Индии Нарендра Моди [1].

Анализируя статьи китайского медиа «Синьхуа», важно отметить, что двухдневный саммит ШОС подчеркнул амбиции Китая, предоставив ему возможность укрепить свою роль глобального лидера и продвинуть собственные инициативы по реформированию мирового управления [2].

В статье «Синьхуа», выпущенная 31 августа, упоминается о главных задачах ШОС - укрепление доверия, дружбы и добрососедства между странами-участниками. Организация содействует обеспечению безопасности и стабильности в регионе, развитию экономических связей, культурному и научному обмену, а также совместному противодействию новым вызовам и угрозам, включая терроризм, экстремизм и сепаратизм [1].

Таким образом, ШОС выступает платформой для многостороннего диалога, позволяя странам координировать свои позиции по важнейшим вопросам региональной и мировой повестки, формируя альтернативу традиционным западным структурам.

В центре внимания саммита — укрепление российско-китайского стратегического партнерства, сообщает «Синьхуа». В интервью, проводимого 31 августа, Владимир Путин заявил журналистам информагентства, что экономические связи двух стран вышли на рекордно высокий уровень [3].

На саммите ШОС 2025 также был поднят вопрос об укреплении безопасности и стабильности. По сообщению «Синьхуа» - сотрудничество в области безопасности всегда было приоритетным направлением для ШОС, которая действительно стала якорем стабильности развития региона.

В статьях, опубликованных 1 сентября, информационного агентства Синьхуа были представлены статистические данные саммита ШОС 2025 года. Территория ШОС приравняется к 35 млн кв.км. Страны ШОС занимают одну четвертую территории всего земного шара — это 35 миллионов квадратных километров, т.е. 65% площади Евразии. Население стран ШОС составило 3,5 млрд человек — это около половины всех людей, живущих на планете. ВВП ШОС превысил отметку в 24,6 трл долларов — это четверть мирового ВВП. При этом показатели постоянно растут. На долю стран организации приходится

38% всей продукции сельского хозяйства. Больше всего ее производят в России, Индии и Китае. Также стоит отметить, что за прошедшие два года товарооборот между странами-участниками объединения вырос в среднем на 30% и приблизился к общей отметке 1 трл долларов. Официальными и рабочими языками ШОС были признаны китайский и русский [4].

Принятие Тяньцзиньской декларации стало главным итогом саммита Совета глав государств-членов Шанхайской организации сотрудничества. Декларация зафиксировала переход Шанхайской организации сотрудничества к более активной и глобальной геополитической роли. В информационном пространстве КНР Тяньцзиньская декларация позиционируется как ключевой документ, сигнализирующий о глобальных амбициях.

Для ведущего СМИ «Синьхуа» восприятие саммита ШОС было положительным, как для китайской стороны, так и для слушателей иностранной аудитории. Тем самым подчеркивается, что Китай является ключевым и ведущим актором ШОС. Анализ материалов, показывает, что ключевой акцент делался на укреплении организации как влиятельного глобального центра силы, способного активно формировать многополярный миропорядок. Особое внимание уделялось таким странам как Китай – в роли страны-председателя, странам Центральной Азии, в частности Кыргызстану – в качестве будущего председателя ШОС на 2026 год, а также Индии. Что касается России, то Саммит ШОС в Китае ознаменовал переход экономических отношений России и Китая от нейтралитета к глубокому альянсу.

Литература:

1. Комментарий «Синьхуа»: создание более сплоченной и эффективной ШОС [Электронный ресурс]. – URL: <https://clc.li/akdRm> - (дата обращения: 13.10.2025).

2. Саммит ШОС в Тяньцзине [Электронный ресурс]. – URL: <https://russian.news.cn/20250831/9f2232e8d9384584acd2e47cee60a129/c.htm>- (дата обращения: 13.10.2025).

3. Саммит ШОС наметит план развития [Электронный ресурс]. – URL: https://mp.weixin.qq.com/s/?__biz=MjM5NTgzOTQ3Mw==&mid=2650301077&idx=1&sn=e6c8346ee0ce3abe0dd77e59cd7bc74f&chksm=bfd679c876cc54d90947b9624caf1482748b9970c61279fe699fb7c39b2090f70eece1ba5f7&scene=27- (дата обращения: 13.10.2025).

4. 上合组织天津峰会 | 习近平在“上海合作组织+”会议上的讲话 [Electronic resource]. – URL:

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1842050472607912810&wfr=spider&for=pc> - (accessed: 13.10.2025).

5. 新华社评论：上海合作组织寻求在发展和治理中发挥更积极的作用 [Electronic resource]. – URL: <https://news.cctv.cn/2025/09/01/ARTIHhLEI7YKw6UH9qCjtFvx250901.shtm> - (accessed: 10.10.2025).

6. 新华社权威快报 | 习近平将出席 2025 年上海合作组织峰会并举行有关活动 [Electronic resource]. – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1841115530899129601&wfr=spider&for=pc> - (accessed: 13.10.2025).

СТУДЕНЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ГЕРМАНИИ

Т. Э. Половникова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, tp.tahyasha@gmail.com**

Научный руководитель: Куликова Д. Н., к.и.н., доцент

В работе проведен анализ международной студенческой мобильности, выделяя ее как важный элемент системы высшего образования ФРГ и подчеркивая ее роль в повышении экономической конкурентоспособности страны, а также как отражения престижа и качества университетов.

The paper analyzes international student mobility, highlighting it as an important element of the German higher education system and emphasizing its role in increasing the country's economic competitiveness, as well as reflecting the prestige and quality of universities.

Студенческая мобильность в сфере системы высшего образования в Германии играет важную роль в подготовке высококвалифицированных специалистов, что оказывает значительное влияние на развитие страны, обуславливая тем самым актуальность данной темы.

Способность трудоустройства на работу при получении высшего образования в Германии также довольно высока, что делает её образовательную систему привлекательной как для местных, так и для иностранных студентов.

В рамках данной темы необходимо изучить механизмы продвижения и расширения международной студенческой мобильности в системе высшего образования Германии.

Целью работы является определение механизмов развития студенческой мобильности в сфере высшего образования ФРГ.

Развитие и популяризация студенческой мобильности в ФРГ является также важной чертой образовательной системы, указывающая на высокую конкурентоспособность образования и престиж как самих университетов, так и страны, которая занимает одно из ведущих мест в мире по популярности учебных заведений. Благодаря Болонскому процессу и увеличению потока иностранных студентов (доля иностранных студентов-выпускников в вузах Германии на 2017 г. составила 9,6%, на 2024 г. этот же показатель составил 13,5%, то есть поток студентов из-за рубежа был увеличен на 3,9%) в ВУЗах Германии происходит расширение обучения по международному образцу по системам бакалавриата (с 2017 по 2024 г. было введено 1430 новых учебных программ) и магистратуры (с 2017 по 2024 было введено 1812 учебных программ)[1;2].

Германия активно развивает международную студенческую мобильность как один из показателей развития международного сотрудничества, поддержания экономического преимущества и конкурентоспособности, а также ввиду постановки вопроса о нехватке квалифицированной рабочей силы, что подтверждают:

1) установленные стратегии и программы (Федеральная Правительственная Стратегия Интернационализации 2008 года; программа ЕС «Erasmus+» [3;4]);

2) законы (Закон об иммиграции; Закон о проживании; Рамочный закон о высшем образовании от 1976 г.; Федеральный закон о стимулировании образования; Законы о высшем образовании земель и др. [5;6;7;8]);

3) статистические данные (например, чуть менее трети (29%) иностранных студентов в 2021 г., получающих степень, хотели остаться в Германии, в то время как чуть больше (32%) рассматривали такую возможность [4]);

4) созданные организации (DAAD, Германо-Французское молодёжное бюро, Балтийский секретариат по молодёжным вопросам, Координационный центр германо-израильского молодёжного обмена «ConAct», Комиссия по поликультурному образованию и др. [9]).

DAAD является одной из ведущих программ в сфере международных студенческих обменов и предоставляет ряд программ для учащихся на магистратуре, аспирантам и ученым. За 2023 г. 140 803 студентов, выпускников и исследователей получили финансирование за счёт службы, 243 высших учебных заведения и 104 студенческих организации были зарегистрированы в качестве ее членов [10].

Федеральное правительство и правительство земель стремятся обеспечить высококачественный опыт интернационализации для большего числа студентов, исследователей и других сотрудников университетов, а также работать над дальнейшим расширением и углублением качества европейского и международного университетского сотрудничества в области исследований и преподавания.

Таким образом, механизмами развития студенческой мобильности в сфере высшего образования ФРГ являются:

1. Расширение систем бакалавриата и магистратуры по международному образцу.
2. Утверждение законов, стратегий и программ по системе высшего образования с целью поддержания и поощрения, в том числе и финансового, иностранных студентов.
4. Создание организаций для обеспечения стабильного университетского и международного сотрудничества в сфере образования.
5. Целенаправленное продвижение студенческой мобильности как инструмент мягкой силы для формирования симпатии к стране, укрепления конкурентоспособности в развитии международного сотрудничества, поддержания экономического преимущества и привлечения квалифицированной рабочей силы через образование.

Литература:

1. Hochschulen in Zahlen 2017 (Высшие учебные заведения в цифрах 2017) [Electronic resource]. – URL: https://www.hrk.de/fileadmin/redaktion/hrk/02-Dokumente/02-06-Hochschulsystem/Statistik/2017-05-08_Final_fuer_Homepage_2017.pdf – (accessed: 05.11.2025).
2. Hochschulen in Zahlen 2024 (Высшие учебные заведения в цифрах 2024) [Electronic resource]. – URL: https://www.hrk.de/fileadmin/redaktion/hrk/02-Dokumente/02-06-Hochschulsystem/Statistik/2024-08-28_HRK-Statistikfaltblatt-2024.pdf – (accessed: 05.11.2025).
3. Шакирова А. А. Обеспечение академической мобильности студентов в Германии в контексте интернационализации образования // Образование и саморазвитие. – 2017. – Т. 12. – №. 3. – С. 62.
4. International Student Mobility in Germany [Electronic resource]. – URL: https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/analysen-studien/daad_2023_bintho-report_2020-21_summary.pdf – (accessed: 10.11.2025).

5. Bitschnau M. Students or internationals? Divergent patterns of governing international student mobility in Germany and the United Kingdom Germany [Electronic resource]. // Comparative Migration Studies. – 2023, march. – URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40878-023-00332-5#citeas> (accessed: 01.11.2025).
6. Hochschulrahmengesetz ab 26.01.1976 (Рамочный закон о высшем образовании от 26.01.1976) [Electronic resource]. – URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/hrg/HRG.pdf> – (accessed: 05.11.2024).
7. Bundesausbildungsförderungsgesetz (Федеральный закон о стимулировании образования) [Electronic resource]. – URL: https://www.gesetze-im-internet.de/baf_g/BJNR014090971.html – (accessed: 06.11.2025).
8. Соколов А.Ю., Лакаев О.А. Правовое регулирование учёных званий в ФРГ // Гуманитарные и юридические исследования. – 2020. – №. 3. – С. 159-163.
9. Кравцова Т.В. Развитие академической мобильности студентов в условиях поликультурного образования в университетах Германии // Символ науки. – 2016. – №. 12-2. – С. 205-208.
10. Deutscher Akademischer Austauschdienst (Германская служба академических обменов) [Electronic resource]. – URL: <https://www.daad.de/de/> – (accessed: 05.05.2025).
11. Нурфайзиева Д.О. Система высшего образования Федеративной Республики Германии: Ex-ante (вчера) и Status quo (сегодня) // Экономика и социум. – 2020. – №. 6-2 (73). – С. 80-84.
12. Annual Report 2023 (DAAD) [Electronic resource]. – URL: https://static.daad.de/media/daad_de/pdfs_nicht_barrierefrei/der-daad/daad_annual_report_2023.pdf – (accessed: 03.05.2025).
13. Bundesministerium für Bildung und Forschung (Федеральное министерство образования и научных исследований Германии) [Electronic resource]. – URL: https://www.bmbf.de/DE/Home/home_node.html – (accessed: 05.11.2025).
14. European Higher Education Area [Electronic resource]. – URL: <https://eha.info/page.php?id=601> – (accessed: 05.11.2025).
15. Erasmus+, EU programme for education, training, youth and sport [Electronic resource]. – URL: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/resources-and-tools/documents-and-guidelines> – (accessed: 05.05.2025).
16. Internationalisierung der Hochschulen in Deutschland (Интернационализация высших учебных заведений в Германии) [Electronic resource]. – URL: https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2024/2024

_06_14-Strategie-Internationalisierung-Hochschulen.pdf – (accessed: 06.11.2024).

17. Schäfer G., Walgenbach K. Is international student mobility still a distinctive strategy? A study of upper milieu students in Germany [Electronic resource]. // Journal of Further and Higher Education. – 2024, april. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/0309877X.2024.2348755?needAccess=true> (accessed: 02.11.2024).

АРКТИЧЕСКИЙ СОВЕТ КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

Д. Е. Потапова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, potapova.de1202@gmail.com**

Научный руководитель: Гаврилова В. А., к.и.н., доцент

Данная статья анализирует роль Арктического совета как ключевого института регулирования в регионе. Целью статьи является оценка достижений Совета в условиях мировых вызовов. В статье применяются общенаучные методы: исторический метод и метод анализа документов.

This article analyzes the role of the Arctic Council as a key regulatory institution in the region. The aim of the article is to assess the achievements of the Council in the context of global challenges. The article applies general scientific methods: historical method and

Сегодня Арктика представляет динамичный регион, где все протекающие экологические преобразования напрямую влияют на глобальные процессы. Таяние ледников не только открывает доступ к неразработанным ресурсам, но и к новым морским путям, а также трансформирует климатические системы всего мира.

Еще в 1987 году Михаил Сергеевич Горбачев в своей Мурманской речи предложил сделать Арктику зоной мирного сотрудничества [1]. Девять лет спустя восемь арктических государств пришли к созданию Арктического совета. В 1996 году они подписали декларацию, в которой обязались обеспечивать сотрудничество, координацию и полное консультирование с коренными народами Арктики [2].

Отличительной особенностью Совета является то, что в нем участвуют не только приарктические государства, в число которых входят Россия, Норвегия, Канада, США, Финляндия, Исландия, Дания и Швеция. В числе постоянных участников находятся шесть организаций

коренных народов такие, как Международная ассоциация алеутов, Приполярный совет инуитов и так далее. В состав совета входят также рабочие группы, которые занимаются различными проектами и готовят научные отчеты [3].

За почти три десятилетия Арктический совет сформировался в уникальную платформу для принятия совместных решений и обмена знаниями. Основываясь на оценках, выпускаемых рабочими группами, государства выстраивают международные стандарты. Так, благодаря инициативе 2015 года по сокращению черного углерода и метана, арктические страны взяли на себя обязательство снизить выбросы, в результате чего государства уменьшили использование дизельного топлива в северных поселениях, перешли на газ или возобновляемые источники энергии [4].

Заслуживают внимания и два юридически обязывающих соглашения, разработанных под эгидой Совета. К ним относятся договоренности о поисково-спасательных операциях и ликвидации последствий нефтяных разливов. Эти документы стали возможны благодаря способности организации сохранять работоспособность, даже во времена мировой напряженности, так как Совет исключил из своей повестки военно-оборонительные вопросы [5].

Важным достижением для совета стала глубокая интеграция представителей коренных народов в процесс принятия решений. Шесть постоянных участников обладают не просто совещательным голосом, а имеют реально влияние на формирование повестки. Так, Международный совет гвичинов инициировал проект по изучению влияния лесных пожаров, результаты которого показали, что с 1960 года на территории заповедника Юкон Флэтс, который является домом для гвичинов, выгорела порядка 64% территории [6].

Эксперты считают, что отсутствие постоянного бюджета и юридического статуса делает Совет уязвимым перед современной геополитикой [7]. Особенно ярко это проявилось в 2022 году, когда после начала Россией специальной военной операции в Украине, семь остальных арктических государств решили прекратить работу в Арктическом совете [8]. В этот момент многие проекты были заморожены, а научное сотрудничество и вовсе прекратилось.

Постепенно ситуация нормализуется, начиная с прихода председательства Норвегии в 2023 году, страны возобновили активную работу Совета в дистанционном формате. Возобновлено частичное сотрудничество с Россией. Однако, только в формате видеоконференций рабочих групп. По словам официального представителя МИД России М.В. Захаровой: «...сейчас готовы к диалогу по вопросам арктической

повестки, в том числе в рамках Арктического совета, при условии, что он будет осуществляться на равноправной и взаимовыгодной основе. Работу в Совете будем выстраивать исходя из реального положения дел в данном формате и стоящих перед нашей страной задач на упомянутом направлении» [9].

Не смотря на все достижения, перед Арктическим советом возникает комплекс проблем, который ставит под вопрос устойчивость всей региональной системы сотрудничества. Тревожные тенденции демонстрирует климатическая динамика. Арктика является той зоной, где температура растет в среднем в три раза быстрее, чем в среднем по миру, что приводит к деградации вечной мерзлоты [10]. Потепление сопровождается новыми рекордами, так зима 2025 года стала самой теплой за всю историю наблюдений [11].

Геополитическое напряжение стало иметь все большее влияние на регион. Вступление Финляндии и Швеции в НАТО усилило военную активность в регионе, а сама полярная зона превращается в кратчайшую трассу, соединяющую две державы с ядерным потенциалом в лице России и США. Исследователи считают, что отношения между США и Россией определяют перспективы дипломатии в регионе, они прогнозируют, что при усилении их противостояния Совет может уступить место двусторонним сделкам и потерять свое влияние [7].

Также Арктический совет переживает кризис доверия. Санкционные ограничения привели к сокращению научных и образовательных обменов. В этих условиях аналитики предлагают управленческую реформу Совета по аналогии с Советом Безопасности ООН, где постоянные члены обладали бы правом вето [7]. Однако данные инициативы не находят своего отражения, поскольку могут подрвать и без того хрупкий баланс в регионе.

Таким образом, за три десятилетия работы Арктический совет доказал свою эффективность как уникальная платформа для сотрудничества, объединяющая государства и коренные народы. Однако, как и любая другая организация, он сталкивается со множеством проблем. Стремительное изменение климата требует быстрых решений, а геополитическая напряженность угрожает единству Совета. Будущее Арктического совета и региона зависит от способности его участников сохранить диалог, отделив экологические и экономические интересы Арктики от своих политических притязаний.

Литература:

1. Горбачев М.С. Главное теперь – практическое осуществление задач перестройки [Электронный ресурс] / М.С. Горбачев. – Мурманск,

1987. – URL: <http://historic.ru/books/item/f00/s00/z0000235/st050.shtml> (дата обращения: 21.11.2025).

2. Declaration on the Establishment of the Arctic Council. 1996. [Electronic resource]. – URL: <https://oaarchive.arctic-council.org/server/api/core/bitstreams/bdc15f51-fb91-4e0d-9037-3e8618e7b98f/content> (accessed: 21.11.2025).

3. Arctic Council Secretariat. The Arctic Council: A Quick Guide, 3rd edition. – 2023. – 36p.

4. Enhanced Black Carbon and Methane Emissions Reductions: an Arctic Council Framework for Action // IQALUIT 2015 SAO Report to Ministers. – 2015. [Electronic resource]. – URL: <https://oaarchive.arctic-council.org/server/api/core/bitstreams/3e013bc6-5747-4f1b-8a0a-e5cd38bd9e6b/content> (accessed: 21.11.2025).

5. Duns E. The Arctic Paradox: Rising Pressures, Enduring Cooperation [Electronic resource]. // Atlas Institute for International Affairs. – 2025, June. – URL: <https://atlasinstitute.org/the-arctic-paradox-rising-pressures-enduring-cooperation> (accessed: 21.11.2025).

6. Yukon Flats Changes / International Arctic Research Centre. – 2021. [Electronic resource]. – URL: <https://uaf-iarc.org/yukon-flats-changes/> (accessed: 21.11.2025).

7. Khorrami N. The Future of Arctic Governance in a Fractured Geopolitical Landscape [Electronic resource]. // Georgetown Journal of International Affairs. – 2025, October. – URL: <https://gjia.georgetown.edu/2025/10/14/the-future-of-arctic-governance-in-a-fractured-geopolitical-landscape> (accessed: 21.11.2025).

8. Ministry for Foreign Affairs of Sweden. Joint statement on the limited resumption of Arctic Council cooperation. – 2022. [Electronic resource]. – URL: <https://www.government.se/statements/2022/06/joint-statement-on-the-limited-resumption-of-arctic-council-cooperation/> (accessed: 21.11.2025).

9. МИД Российской Федерации. Ответы официального представителя МИД России М.В. Захаровой на вопросы МИА «Россия сегодня» по арктической тематике [Электронный ресурс]. – 2025. URL: https://mid.ru/ru/foreign_policy/news/1992743/ (дата обращения: 21.11.2025).

10. Всероссийское общество охраны природы // Глобальное потепление в Арктике идет не плавно, а скачками. – 2025 [Электронный ресурс]. – URL: <https://voop-rf.ru/tpost/5ms9ck4571-globalnoe-poteplenie-v-arktike-idet-ne-p> (дата обращения: 21.11.2025).

11. Eide E. A Defining Moment for Arctic Cooperation [Electronic resource]. – 2025. URL: <https://arctic-council.org/news/a-defining-moment-for-arctic-cooperation> (accessed: 21.11.2025).

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ КНР В ЮАР

А. М. Седышев

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, kein03849@gmail.com

Научный руководитель: И. Г. Хрипунов

Данная статья посвящена анализу инвестиционных рисков Китая в ЮАР. Рассматривается характер и спектр рисков, с которыми сталкиваются китайские инвестиции в Южноафриканской республике на примере проекта по разработке платинового месторождения Бакубунг (Wesizwe platinum) при участии Jinchuan и China-Africa Development Fund. При анализе проекта выявлены ключевые группы рисков: финансовые, операционные и социальные, репутационные и юридико-политические. Делается вывод о существенных рисках для китайских компаний при инвестировании в Южноафриканские проекты.

This article is devoted to an analysis of China's investment risks in the Republic of South Africa. It examines the nature and spectrum of risks faced by Chinese investments in the Republic of South Africa on the example of the project to develop the Bakubung platinum deposit (Wesizwe platinum) with the participation of Jinchuan and the China-Africa Development Fund. Based on man analysis of the project's problems, the key groups of risks have been identified: financial, operational and social, reputational, and legal-political. The conclusion is drawn about the material risks for Chinese companies when investing in South African projects.

Южно-Африканская Республика (ЮАР) является крупнейшей экономикой на африканском континенте, играя стратегически важную роль как в региональном, так и в глобальном контексте. Статус ЮАР как члена БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южная Африка) делает эту страну важным партнером для КНР. Кроме того, ЮАР занимает уникальное положение в рамках китайской инициативы "Один пояс, один путь", что делает изучение китайских инвестиций в эту страну особенно значимым. Однако несмотря на перспективы данного сотрудничества, инвестиции Китайской народной республики в проекты в Южноафриканской республике сопряжены с широким спектром рисков. Несмотря на ряд актов о всестороннем и стратегическом партнёрстве, ЮАР остаётся "сложным" регионом для инвестиционной деятельности. В данной статье на основе анализа ряда инвестиционных проектов предлагается рассмотреть с какими основными рисками сталкиваются китайские инвестиции в ЮАР.

В рамках данной работы анализируется проект по разработке платинового месторождения Бакубунг компанией Wesizwe Platinum (ЮАР) при участии Jinchuan и China-Africa Development Fund. Данный

проект столкнулся с рядом трудностей в реализации. Проанализировав проблемы, с которыми сталкивался, данный проект прослеживается ряд инвестиционных рисков, характерных для инвестиционных проектов КНР в ЮАР.

Так необходимо выделить финансовые риски, связанные с невыплатой кредитных обязательств. В своём отчёте от 14 октября 2024 г. Wesizwe указал о необходимости дополнительного финансирования, а также о продлении кредита до 2027 года [1]. Учитывая ряд других трудностей, с которыми столкнулся проект, таких как невыход рудника на проектную мощность в обозначенные сроки [2], а также падение спроса на металлы платиновой группы [3], высок риск неспособности рудника в дальнейшем окупиться. Однако с уверенностью нельзя говорить о дефолте Wesizwe перед китайскими кредиторами. Несмотря на заявления некоторых источников о нежелании китайских инвесторов продолжать спонсировать данный проект [4], подтверждения тому от официальных лиц не поступало.

Так же из рисков прослеживается операционный и репутационный риски вследствие социально-трудовых протестов и забастовок. Так 16 мая 2024 года жители местной общины Ледиг блокировали шахту и предъявили меморандум Wesizwe. Жители требовали решения, связанные с местной инфраструктурой, включение их в набор кандидатов на стажировку, а также отсутствие дальнейших сокращений, ссылаясь на высокий уровень безработицы [5]. 6 декабря 2023 года рабочие рудника отказались подниматься на поверхность после смены, объявив забастовку, в связи с предполагаемое реструктуризацией рудника и сокращения штата сотрудников [6]. Подобные забастовки на регулярной основе сопровождают данный проект, и крайне негативно сказываются не только на добыче платиновых руд, но и на отношении общественности к горнодобывающим проектам с китайским присутствием. Африканские работники на регулярной основе сообщают о злоупотреблениях и притеснениях со стороны китайских компаний [7], а общины сообщают об эрозии и загрязнении почв, а также сельскохозяйственных угодий [8]. Данные заявления, а также оценки независимых международных организаций создают существенные репутационные риски для китайских инвесторов и вызывают международное осуждение.

Среди рисков необходимо отметить законодательство ЮАР в отношении иностранных проектов, а также законодательство в сфере изъятия земли в пользу ЮАР. Так в данном проекте была выделена обязательная доля для африканских инвесторов в соответствии с законом Broad-Based Black Economic Empowerment Act таким образом общая доля африканских инвесторов составила 55%. Подобное деление проектов с

обязательной долей Южноафриканских инвесторов может создавать риски в управлении компанией, и полностью нивелируют возможность создания полностью китайского предприятия на территории ЮАР. Также необходимо упомянуть ЗАКОН ОБ ЭКСПРОПРИАЦИИ № 13 ОТ 2024 ГОДА. Согласно данному закону, государство и местные муниципалитеты имеют право изымать землю в «общественных интересах» с выплатой компенсации [9]. По заявлению правительства ЮАР данный закон не будет использоваться для массового изъятия земель и имущества [10], однако столь размытые формулировки как «общественные интересы», «справедливая компенсация» вызывают опасения [11] и могут стать существенным риском для инвестиции со стороны Китая, так как могут предполагать безосновательное изъятие собственности, с нечётко обозначенным порядком возмещения стоимости как земли, так и дополнительных операционных расходов.

Таким образом анализ материалов проекта показывает, инвестиции КНР в добывающую промышленность ЮАР сопровождаются повышенным уровнем операционных, политических, нормативных, социальных и репутационных рисков, которые носят системный характер и не могут быть устранены только финансовыми механизмами. Проекты могут сталкиваться с неспособностью к обслуживанию кредитных обязательств.

Одновременно с этим законодательство Broad-Based Black Economic Empowerment не позволяет иностранной компании целиком владеть горнодобывающими предприятиями, что делает невозможным полное изъятие залога при неисполнении долговых обязательств. Участие местных институтов в предприятиях накладывает ряд трудно прогнозируемых рисков, такие как забастовки, акции протестов и социальное давление при неисполнении требований, которые могут трансформироваться со временем, что не позволяет на долгосрочной основе решать подобные конфликты. Также подобное социальное напряжение способно создавать серьёзные репутационные риски для китайских компаний и международное осуждение. Введение нового законодательства в сфере изъятия земель может создавать серьёзную опасность неправомерного отчуждения собственности инвесторов, с крайне нечётким регулированием относительно возмещения ущерба.

Литература:

1. 14 октября 2024 г. – Обновление данных о непрерывности деятельности [Электронный ресурс] // Wesizwe. - URL: <https://wesizwe.co.za/14-october-going-concern-update/> (дата обращения: 28.11.2025).

2. Integrated Annual Report 2022 [Electronic resource] // Wesizwe. - URL: <https://wesizwe.co.za/wp-content/uploads/2024/03/INTEGRATED-ANNUAL-REPORT-2022-2.pdf> (accessed: 28.11.2025).
3. Платина 1968-2025 Данные [Электронный ресурс] // Trading Economics. - URL: <https://ru.tradingeconomics.com/commodity/platinum> (дата обращения: 28.11.2025).
4. Wesizwe: Black hole meets bottomless pit [Electronic resource] // financialmail. - URL: <https://www.financialmail.businessday.co.za/investing/2025-10-30-wesizwe-black-hole-meets-bottomless-pit/> (accessed: 28.11.2025).
5. The residents demand job opportunities from the mine [Electronic resource] // Taung daily news. - URL: <https://www.miningmx.com/news/platinum/55232-wesizwe-platinum-miners-hold-sit-in-at-bakubung-amid-restructuring/> (accessed: 28.11.2025).
6. Wesizwe Platinum miners hold sit-in at Bakubung amid restructuring [Electronic resource] // miningmx. - URL: <https://www.miningmx.com/news/platinum/55232-wesizwe-platinum-miners-hold-sit-in-at-bakubung-amid-restructuring/> (accessed: 28.11.2025).
7. Workers report “colonial-era” abuse at Congolese cobalt mines [Electronic resource] // African Business. - URL: <https://african.business/2021/11/energy-resources/workers-report-colonial-era-abuse-at-congolese-cobalt-mines> (accessed: 28.11.2025).
8. Examining China’s Impact on Mining in Africa: Critiques and Credible Responses [Electronic resource] // Wilson Center. - URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/examining-chinas-impact-mining-africa-critiques-and-credible-responses> (accessed: 28.11.2025).
9. Expropriation Act 13 of 2024 [Electronic resource] // saflii. - URL: https://www.saflii.org/za/legis/consol_act/ea13o2024207/ (accessed: 28.11.2025).
10. The stark divide that South Africa's land act seeks to bridge [Electronic resource] // Reuters. - URL: <https://www.reuters.com/world/stark-divide-that-south-africas-land-act-seeks-bridge-2025-02-09/> (accessed: 28.11.2025).
11. 南非：美国所发“国别人权报告”存在“严重缺陷”（Южная Африка: опубликованные США «Доклады о правах человека в странах» имеют «серьезные недостатки».) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.news.cn/20250814/5ec3ac981444cc181684d2a5e2533d1/c.html> (дата обращения: 28.11.2025).

НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ В СТРАНАХ АСЕАН

К. А. Семенова

**Новосибирский государственный технический университет,
Новосибирск, ksenia.semionov4@yandex.ru**

Научный руководитель: Никитенко Е. В., к.и.н., доцент

Статья посвящена определению основных направлений инвестиций Республики Корея в странах АСЕАН. Показаны положительные результаты прямых иностранных инвестиций Республики Корея в производства стран Юго-Восточной Азии. Основными направлениями инвестиций Республики Корея являются: электроника, высокие технологии и финансы, обрабатывающая и энергетическая промышленность.

The article is devoted to the definition of the main investment directions of the Republic of Korea in the ASEAN countries. The positive results of direct foreign investments of the Republic of Korea in the production of Southeast Asian countries are shown. The main areas of investment of the Republic of Korea are: electronics, high technology and finance, manufacturing and energy industries.

На современном этапе экономика стран АСЕАН стремительно растет. Совокупный ВВП стран АСЕАН оценивается в 3,9 трлн долларов, а по прогнозам, к 2030 году экономика стран АСЕАН может стать четвертой по величине в мире [1].

В рамках «Новой Южной Политики», Республика Корея стремится укрепить стратегическое партнерство с государствами АСЕАН, в том числе через прямые иностранные инвестиции в различные секторы экономики стран АСЕАН [2].

Основными партнерами Республики Корея в сфере инвестиций в страны АСЕАН являются Вьетнам, Индонезия и Сингапур. Привлекательность стран обусловлена большими запасами природных ресурсов, недорогой рабочей силой, благоприятным климатом для инвестиций. Основными направлениями для прямых иностранных инвестиций Республики Корея являются: обрабатывающая, энергетическая и тяжелая промышленность, а также электроника, IT-сфера и высокие технологии, финансовая сфера [3].

В 2024 году общий размер прямых инвестиций Республики Корея во Вьетнам составил 52,91 млрд долларов США в 29 335 проектах, благодаря чему Республика Корея стала четвертым крупным инвестором во Вьетнаме. Приоритетной областью для инвестиции можно выделить сферу электроники и полупроводников. Южнокорейские компании Samsung Electronics и SK Hynix инвестируют в создание производственных мощностей и дочерних компаний.

Поданным на 2024 год, общий размер прямых инвестиций Республики Корея в Сингапур оценивается в 34,9 млрд долларов США в 344 проектах. Основной поток инвестиций был направлен в финансы и венчурные инвестиции.

По Соглашению о цифровом партнерстве между Республикой Корея и Сингапуром от 2022 года, предметом интереса стала сфера телекоммуникаций, высоких и финансовых технологий. Например, внедрение сети 4G/5G в Сингапуре.

Общий размер прямых инвестиций Республик Корея в Индонезию за 2024 год составил 14,5 млрд долларов США в 497 проектах. Во многом это обусловлено, тем, что Индонезия становится центром горнодобывающей и обрабатывающей промышленности. Южнокорейские компании POSCO, LGChem, LotteChem инвестируют в производство стали, химикатов и пластиков для снабжения местной промышленности и экспорта [4].

Другими важными областями для инвестиций со стороны Республики Корея являются возобновляемые источники энергии и автомобильная промышленность.

Республика Корея является мировым лидером в производстве «зеленой» энергетики, поэтому инвестиции и совместные проекты с южнокорейскими компаниями могут способствовать внедрению «зеленых» технологий и производству возобновляемой энергии в странах АСЕАН. Корейские компании SamsungC&T, SKE&S, KoreaElectricPowerCorp. выигрывают контракты на строительство солнечных и ветряных электростанций, объектов по производству сжиженного газа во Вьетнаме, Индонезии и Филиппинах [5].

Южнокорейские компании активно инвестируют в автомобильную промышленность в странах АСЕАН. Крупные компании HyundaiMotor и KIA организуют строительство сборочных заводов в Индонезии, Вьетнаме и Таиланде. Индонезия стала ключевым центром по производству электромобилей и аккумуляторов благодаря обширным запасам никеля. Также Таиланд остается центром автомобильной промышленности, осуществляя производство автомобилей и запчастей [6].

АСЕАН рассматривается, как важнейший стратегический партнер для Республики Корея. Это обусловлено рядом факторов: географической близостью, доступной рабочей силой и более благоприятными условиями для компаний, работающих на рынке стран Юго-Восточной Азии. Показатели издержек производства (оплата труда, аренда помещения, коммунальные услуги) ниже в 3-5 раз, по сравнению с деятельностью предприятий в Республике Корея и Китае. Стоимость

электроэнергии в странах Юго-Восточной Азии, Республике Корея и Китае примерно равна, но страны Юго-Восточной Азии сохраняют преимущество. Например, низкие цены на электроэнергию наблюдаются во Вьетнаме (0.076 долларов США за кВт) и Индонезии (0.067 долларов США за кВт), по данным за март 2025 года [7].

Условия для организации бизнеса в ведущих странах – партнерах для Республики Корея являются наиболее благоприятными: быстрое оформление рабочей визы; основание публичных и частных компаний; наличие одного или двух владельцев и ограниченное число членов в частных компаниях во Вьетнаме, Индонезии и Сингапуре. Полное иностранное владение зависит от выбранного сектора во Вьетнаме и Индонезии, а в Сингапуре разрешено полное иностранное владение компаниями [8].

Действует система налоговых льгот для иностранных инвесторов: освобождение от налогообложения прибыли корпорации на определенный срок; сниженная ставка налога на прибыль после истечения срока освобождения от налогообложения (кроме Брунея и Лаоса); инвестиционные скидки; налоговый вычет расходов на НИОКР и другие [9].

Таким образом, приоритетными сферами приложения корейских инвестиций в страны АСЕАН являются электроника, высокие технологии, финансы, тяжелая, обрабатывающая и энергетическая промышленность. Ведущими странами – партнерами также выступают Вьетнам, Сингапур, Индонезия. В связи с динамично развивающейся экономикой страны Юго-Восточной Азии становятся привлекательными для Республики Корея не только в качестве выгодных рынков сбыта готовой продукции, но и с точки зрения предоставления режима наибольшего благоприятствования для южнокорейских инвесторов.

Литература:

1. Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20230905/asean-1894127251.html> (дата обращения: 19.10.2025).
2. South Korea's New Southern Policy: Will its "Legacy" continue under the next administration [Электронный ресурс]. – URL: <https://keia.org/the-peninsula/south-koreas-new-southern-policy-will-its-legacy-continue-under-the-next-administration/> (дата обращения: 19.10.2025).
3. Республика Корея и АСЕАН: прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в 2010-2020 гг. [Электронный ресурс]. – URL: <https://orientaliarossica.com/page/25/80007> (дата обращения: 19.10.2025).

4. 동남아시아 / 외교부 (Министерство иностранных дел Юго-Восточной Азии) [Электронный ресурс]. – URL: https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_24316/contents.do (дата обращения: 24.10.2025).
5. SouthKorea-ASEANPartnership: a Win-WinforASEAN's sustainable future [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nuclearbusiness-platform.com/media/insights/south-korea-asean-partnership> (дата обращения: 19.10.2025).
6. Бум инвестиций в экономике АСЕАН и страны специалистов [Электронный ресурс]. – URL: https://roscongress.org/materials/ekonomika-asean-bum-investitsiy-i-strany-spetsialisty/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 19.10.2025).
7. Цены на электроэнергию во всём мире [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dfdl.com/insights/legal-and-tax-updates/taxation-in-southeast-asia-an-overview/> (дата обращения: 24.10.2025).
8. ASEAN Business: the best place to invest in the region [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cekindo.com/blog/business-in-asean> (дата обращения: 24.10.2025).
9. Taxation in Southeast Asia: an overview [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dfdl.com/insights/legal-and-tax-updates/taxation-in-southeast-asia-an-overview/> (дата обращения: 24.10.2025).

СТРАТЕГИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ДОМИНИРОВАНИЯ КНР В ПРОИЗВОДСТВЕ ЭЛЕКТРОЛИЗЕРОВ: ВНУТРЕННЯЯ ПОЛИТИКА И ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИЕ АМБИЦИИ

Д. В. Смыкова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Di7sm@yandex.ru**

Научный руководитель: Гаврилова В. А., к.и.н., доцент

В условиях глобального энергетического перехода водородная энергетика становится ключевым элементом декарбонизации мировой экономики. Особую стратегическую значимость приобретает производство электролизеров - аппаратов для получения зеленого водорода методом электролиза воды. Китайская Народная Республика (КНР) демонстрирует целенаправленную и успешную стратегию по установлению глобального доминирования в этом критически важном технологическом сегменте.

In the context of the global energy transition, hydrogen energy is becoming a key element in the decarbonisation of the world economy. The production of electrolyzers

– devices for producing green hydrogen by electrolysis of water – is becoming particularly important strategically. The People's Republic of China (PRC) is pursuing a focused and successful strategy to establish global dominance in this critically important technology segment.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа взаимосвязи внутренней промышленной политики КНР и её внешнеполитических амбиций в области водородной энергетики. Основная проблема заключается в использовании КНР технологического доминирования в производстве электролизеров как инструмента геоэкономического влияния. Объектом исследования является стратегия КНР в области производства электролизеров, предметом - взаимосвязь внутренней промышленной политики и внешнеполитических амбиций Китая в данной сфере. Цель работы – определить, каким образом внутренняя политика создания производственной базы электролизеров служит платформой для достижения внешнеполитических целей технологического доминирования.

Методологическую основу исследования составляют системный анализ, сравнительный метод и контент-анализ документов. В работе использованы три группы источников: официальные документы КНР «Средне- долгосрочный план развития водородной энергетики до 2035 года» и «Закон КНР о энергетике», международные отчеты «Международное энергетическое агентство» и материалы международной деловой прессы «Bloomberg».

Стратегия КНР характеризуется реализацией комплексного государственного подхода, основанного на применении взаимодополняющих инструментов политики, которые формируют благоприятную экосистему для развития отрасли. Фундаментальную роль играет «Средне- долгосрочный план развития водородной энергетики на 2021-2035 гг.», принятый в 1 марта 2022 года, который определяет стратегические приоритеты и конкретные механизмы поддержки отрасли.

Ключевым элементом стратегии является ориентация на технологическое совершенствование электролизеров. План содержит прямые указания на необходимость «ускорения повышения коэффициента преобразования возобновляемой энергии в водород и мощности единичной установки» [1, с. 5]. Это свидетельствует о целенаправленной работе над ключевыми параметрами эффективности оборудования. Особое внимание уделяется прорывным технологическим направлениям, включая «производство водорода с помощью

твердооксидных электролизеров (SOEC), фоторазложение воды, производство водорода из морской воды» [1, с. 7-8].

Параллельно с технологическим развитием государство реализует политику формирования внутреннего спроса. План предписывает «в регионах, богатых ресурсами ветра, света и воды, разворачивать демонстрационные проекты по производству водорода из ВИЭ, постепенно наращивая масштабы демонстрации» [1, с. 7]. Создание таких пилотных зон позволяет отработать технологии в реальных условиях и обеспечить первоначальный рынок для производителей оборудования.

Финансовая поддержка отрасли включает различные инструменты: от прямого бюджетного финансирования до механизмов стартап-инвестирования. В плане отмечается необходимость «поощрять отраслевые фонды и поддерживать инновационные предприятия водородной отрасли» [1, с. 13]. Это создает многоуровневую систему финансирования, позволяющую поддерживать компании на разных стадиях развития.

Реализация внутренней политики привела к впечатляющим результатам, которые отчетливо видны на основе данных международных организаций. Согласно отчетам Международного энергетического агентства, в 2023 году на Китай приходилось приблизительно 60% глобальных производственных мощностей по выпуску электролизеров [2]. Этот показатель демонстрирует лидирующую позицию КНР в создании производственных мощностей.

Лидерство КНР носит стратегический характер, что подтверждается данными о будущих проектах. На Китай приходится 50% всех анонсированных мировых проектов по электролизу, достигших стадии окончательного инвестиционного решения (FID) [2]. Это свидетельствует о долгосрочном характере доминирования и способности китайских компаний реализовывать масштабные проекты.

Концентрация производственных мощностей напрямую трансформируется в ценовое преимущество. Согласно расчетам Международного энергетического агентства, удельные капитальные затраты (CAPEX) на электролизеры в Китае в 2023 году составляли 1100 долларов США за кВт, что почти на 50% ниже среднемирового показателя, равного 2160 долларов за кВт [3]. Такой разрыв в себестоимости создает фундаментальное конкурентное преимущество на глобальном рынке.

Контроль над масштабом производства, проектов и себестоимостью обеспечил КНР стратегический контроль над всей цепочкой создания стоимости - от производства ключевых компонентов до развертывания

конечных проектов [2, 3]. Это позволяет китайским компаниям не только доминировать на рынке, но и определять технические стандарты и направления технологического развития.

Созданный технологический и производственный потенциал активно конвертируется во внешнеполитическое влияние. Государственный план прямо призывает к «освоению рынков третьих стран» и сотрудничеству в рамках «Пояса и пути» в сфере водородной энергетики [1, с. 7]. Это формирует нормативную основу для использования технологического преимущества в дипломатических целях. На практике это выражается в активной экспортной экспансии китайских производителей. Согласно данным Bloomberg, государственная компания «PERIC» уже в 2022 году получила заказы из семи зарубежных стран, включая такие развитые экономики как США, Австралия и Южная Корея [4]. Другие производители, такие как «Shandong Saikesaisi», также отмечают рост экспортных поставок и планируют увеличить долю экспорта до 15% и более, ориентируясь на европейский рынок [4].

Параллельно Китай становится глобальным хабом, привлекающим иностранные технологии и капитал. Показателен пример бельгийской компании John Cockerill Group, создавшей в Китае совместное предприятие для локального производства электролизеров [4]. Этот процесс демонстрирует, как внутренний масштаб КНР заставляет иностранные компании адаптироваться к его правилам и способствует дальнейшему укреплению китайской производственной базы.

Использование технологического преимущества как инструмента влияния вызывает ответную реакцию на международной арене. Как отмечает Bloomberg, в США и Европе растут опасения по поводу повторения «сценария солнечных панелей», когда китайский экспорт технологий может подорвать конкурентоспособность местных производителей [4]. Эта реакция служит индикатором успешности стратегии КНР.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что КНР достигла лидерства по трем ключевым параметрам развития водородной энергетики. Во-первых, страна занимает доминирующее положение в глобальных производственных мощностях по выпуску электролизеров, концентрируя половину всех анонсированных мировых проектов [2]. Во-вторых, Китай демонстрирует ценовое лидерство с CAPEX электролизеров на 50% ниже среднемирового показателя [3]. В-третьих, КНР достигла экспортного лидерства, о чем свидетельствуют поставки компании PERIC в 7 стран и планы других производителей наращивать экспорт до 15% от объема продаж [4].

Эти конкурентные преимущества были созданы целенаправленной комплексной государственной политикой, которая:

1. Сформировала технологический задел через прямое финансирование НИОКР и ориентацию на прорывные направления.

2. Обеспечила быстрое масштабирование производства за счет создания гарантированного внутреннего спроса через демонстрационные проекты.

3. Создала экономику масштаба, которая привела к резкому снижению себестоимости и создала непреодолимое ценовое преимущество на глобальном рынке.

Именно этот созданный внутренний потенциал позволяет Китаю не только доминировать на мировом рынке электролизеров, но и использовать технологическое превосходство как инструмент экономического влияния в рамках внешнеполитической стратегии, активно продвигая свои стандарты и технологии в странах-партнерах, в том числе в рамках инициативы «Пояс и путь».

Таким образом, стратегия КНР в производстве электролизеров представляет собой внутреннюю промышленную политику и внешнеполитические амбиции, которые образуют единый, взаимосвязанный механизм, нацеленный на установление долгосрочного доминирования в важном сегменте энергетики будущего.

Литература:

1. Средне-долгосрочный план развития водородной энергетики на 2021-2035 годы [Электронный ресурс]. – 2022. – URL: http://www.gov.cn/zhengce/content/2022-03/23/content_5680755.htm (дата обращения: 12.11.2025).

2. Global Hydrogen Review 2024 – Technical Webinar Presentation [Electronic resource] // International Energy Agency. – Paris: IEA, 2024. – 25 p. – URL: <https://www.iea.org/reports/global-hydrogen-review-2024> (accessed: 12.11.2025).

3. Global Hydrogen Review 2024 – Assumptions Annex [Electronic resource] // International Energy Agency. – Paris: IEA, 2024. – 18 p. – URL: <https://www.iea.org/reports/global-hydrogen-review-2024> (accessed: 12.11.2025).

4. Is Green Hydrogen the Fuel of the Future? China, US, Europe Are Betting on It [Electronic resource] / Bloomberg News // Bloomberg. – 2023. – January 10. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-10/is-green-hydrogen-the-fuel-of-the-future-china-us-europe-are-betting-on-it> (accessed: 12.11.2025).

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КНР В 2024–2025 ГОДАХ

А.Р. Сотниченко

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, alexandrasotnichenko@yandex.ru

Научный руководитель: Бурцева Е. В., ст.преп.

Статья анализирует ключевые тенденции развития автомобильной промышленности Китая в 2024–2025 годах. Рассматриваются рост сектора новых энергетических автомобилей, внедрение интеллектуальных технологий, усиление НИОКР и повышение автоматизации производства. Показана смена конкурентных стратегий и укрепление экспортной ориентации отрасли.

This article analyzes key trends in China's automotive industry development in 2024–2025. It examines the growth of the new energy vehicle sector, the implementation of intelligent technologies, increased R&D, and increased automation. It also highlights shifts in competitive strategies and the industry's growing export orientation.

Актуальность исследования обусловлена глубокими структурными изменениями, которые в 2024–2025 годах определяют развитие автомобильной промышленности КНР и оказывают значимое влияние на мировую экономику. Стремительный рост сектора новых энергетических автомобилей, расширение применения интеллектуальных технологий и переход к высокоавтоматизированным производственным моделям формируют новые стандарты отрасли и задают направление глобальной трансформации автомобильного рынка. Усиление конкуренции в сфере НИОКР, формирование технологических кластеров и ориентация на экспорт отражают смену стратегических приоритетов и подтверждают возрастающую роль КНР как ключевого инновационного центра. Анализ данных процессов позволяет оценить перспективы дальнейшего развития отрасли, а также понять динамику технологического и экономического лидерства страны в условиях меняющейся мировой конъюнктуры.

Цель исследования — проанализировать основные тенденции развития автомобильной промышленности КНР в 2024–2025 годах и оценить их влияние на технологическую и экономическую трансформацию отрасли.

Автомобильная промышленность КНР в 2024–2025 годах демонстрирует ускоренную трансформацию, опирающуюся на интеллектуализацию, технологические инновации и усиление рыночной конкуренции. Ключевым драйвером роста остаётся сектор новых

энергетических автомобилей (NEV): в 2024 году их производство впервые превысило 10 млн единиц [3], а в первой половине 2025 года доля NEV в общих продажах новых автомобилей достигла 44,3% [1]. Это отражает укрепление технологического лидерства КНР и его растущее влияние на глобальные цепочки автомобильной индустрии.

Одновременно наблюдается масштабное внедрение интеллектуальных систем управления. Технологии интеллектуального вождения стали доступны в моделях средней ценовой категории, а уровень оснащённости легковых автомобилей системами автономного вождения L2+ достиг 55,7%. Повышение плотности использования промышленных роботов до 397 единиц на 10 тыс. кв. м подтверждает переход отрасли к более высокому уровню автоматизации и цифровизации производственных процессов [2].

Рынок функционирует в условиях ценового давления: в течение года цены были снижены на 195 моделей, что привело к падению рентабельности отрасли до 4,5%. В результате конкуренция смещается в сферу научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. Рост интенсивности корпоративных расходов на НИОКР — с 2,3% в 2020 году до 4,1% в 2024 году [5] — обеспечивает формирование технологических кластеров в области силовых батарей, электрических приводных систем и других критически важных компонент. Показательно, что автомобильная группа Dongfeng заняла лидирующую позицию по индексу патентных инноваций, набрав 89,4 балла.

В первой половине 2025 года производство и продажи автомобилей в стране достигли 15,621 млн и 15,653 млн единиц, увеличившись на 12,5% и 11,4% соответственно [4]. При этом торговая модель отрасли смещается в сторону экспорта, что усиливает её роль как важного элемента глобального промышленного ландшафта. В совокупности эти тенденции указывают на устойчивое развитие китайской автомобильной промышленности, продолжающей интегрировать передовые технологии и укреплять национальные и международные конкурентные позиции.

В заключение можно отметить, что автомобильная промышленность КНР в 2024–2025 годах вступила в этап глубокой технологической и структурной перестройки. Быстрый рост рынка новых энергетических автомобилей, широкое внедрение интеллектуальных систем управления и повышение уровня автоматизации производства подтверждают лидерские позиции страны в глобальной автомобильной индустрии. Одновременное усиление конкуренции в сфере НИОКР и формирование технологических кластеров свидетельствуют о смещении отраслевого развития в сторону инноваций. Увеличение объемов производства, продаж и экспорта укрепляет роль КНР как ключевого участника

мирового рынка. Совокупность выявленных тенденций показывает, что национальная автомобильная отрасль движется к устойчивой модели развития, основанной на технологическом прогрессе, повышении эффективности и расширении международного влияния.

Литература

1. В первом полугодии 2025 года автомобильный рынок Китая рос устойчивыми темпами / [Электронный ресурс] // Russian.China.org.cn: [сайт]. — URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2025-07/10/content_117972033.htm?utm_source= (дата обращения: 28.11.2025).
2. Гонка за полную автоматизацию: Китай впереди планеты всей по числу роботов / [Электронный ресурс] // pravda.ru: [сайт]. — URL: <https://www.pravda.ru/news/economics/2283369-china-industrial-robots-leadership/> (дата обращения: 28.11.2025).
3. CAAM: China's auto industry exceeds expectations in 2024 / [Электронный ресурс] // CHINADAILY: [сайт]. — URL: https://www.chinadaily.com.cn/a/202501/14/WS67860912a310f1265a1dabd6.html?utm_source= (дата обращения: 28.11.2025).
4. China's automobile output, sales both rise over 10% YoY in May 2025 / [Электронный ресурс] // Shanhai Mental Market: [сайт]. — URL: <https://www.pravda.ru/news/economics/2283369-china-industrial-robots-leadership/> (дата обращения: 28.11.2025).
5. 中国汽车全球化之路蓝皮书·2024年, 44页 [Electronic resource] — URL: https://file.jgvogel.cn/125/upload/resources/file/529202.pdf?utm_source (accessed: 24.11.2025).

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМА В ПОСТКРИЗИСНОЙ СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ

Д. Р. Стефанцева

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, dashitaboo@gmail.com

Научный руководитель: Куликова Д. Н., к.и.н.

В работе представлен результат исследования трансформации концепции мультикультурализма в посткризисной Европе. Проанализированы модели интеграции в странах ЕС после миграционных кризисов 2015 и 2022 годов. Выявлены противоречия между теорией культурного признания и практикой социальной интеграции. Приводится анализ гражданского

мультикультурализма как основы обновлённого европейского мультикультурализма.

The paper presents the results of a study on the transformation of the concept of multiculturalism in post-crisis Europe. Integration models in EU countries after the migration crises of 2015 and 2022 were analyzed. The contradictions between the theory of cultural recognition and integration practice were identified. A model of inclusive citizenship is proposed as the basis for renewed European multiculturalism.

В последние десятилетия Европа сталкивается с необходимостью переосмысления принципов мирного сосуществования культур. Политика мультикультурализма, долгое время воспринимавшаяся как гарантия социальной стабильности, в условиях посткризисного развития утратила прежнюю эффективность. Миграционные кризисы 2015 и 2022 годов обнажили структурные противоречия между идеей культурной идентичности и повседневной практикой межкультурного взаимодействия. Усиление правопопулистских движений, рост национализма и общественная поляризация поставили под вопрос возможность гармоничного сосуществования различных культур в рамках единого европейского пространства.

Актуальность темы обусловлена необходимостью анализа процессов изменения политики европейской интеграции, а также поиском новых подходов для поддержания социальной стабильности и укрепления легитимности Европейского союза. Современные условия требуют перехода от классической модели мультикультурализма к более гибкой и инклюзивной концепции, которая учитывает не только культурное разнообразие, но и потребность в гражданском единстве [1; 3].

Мультикультурализм берёт начало в либеральной политической традиции и связан с принципами демократии и равенства, однако практика его применения выявила ряд ограничений. Поддержка культурного разнообразия без формирования общей гражданской идентичности привела к сегрегации и снижению уровня общественного доверия. Возникает необходимость пересмотра сущности мультикультурализма как инструмента социального управления, особенно в контексте европейских обществ, где усиливается раскол между социальными и культурными группами [3].

Цель исследования заключается в определении тенденций развития модели мультикультурализма в Европе в условиях посткризисного развития и обосновании необходимости перехода к инклюзивной модели гражданства. Реализация этой цели опирается на сочетание теоретического анализа и анализа эмпирических данных, что даёт возможность выделить ключевые концептуальные и прикладные параметры пересмотра мультикультурализма. [4].

Результаты анализа показывают, что эволюция политики мультикультурализма в Европе проходила в несколько этапов. В 1990-е годы преобладала либеральная модель культурного признания, акцентировавшая права меньшинств и сохранение культурного разнообразия. После миграционного кризиса 2015 года начинает формироваться модель «ответственной интеграции», предполагающая признание различий при обязательстве соблюдать основные ценности Европейского союза [7]. Это выражается в пересмотре миграционной политики, усилении образовательных программ и акценте на гражданскую идентичность.

Теоретическая концепция мультикультурализма, сложившаяся в 1990–2000-х годах, рассматривала культурное многообразие как общественный ресурс [6]. Однако на практике выявлено противоречие между идеалом культурного признания и реальными социальными процессами, характеризующимися кризисом идентичности, ростом популизма и институциональной неустойчивостью [8]. Эмпирические данные Евробарометра фиксируют рост социальной дистанции между «коренными» и «новыми» европейцами, особенно в вопросах политического участия и самоидентификации [5].

Современный этап характеризуется формированием модели «европейского гражданского мультикультурализма», основанной на сочетании культурного многообразия и единства гражданских ценностей — верховенства права, демократии и взаимной ответственности. Практическая реализация данной модели включает развитие инструментов образования, трудовой адаптации и общественного участия мигрантов, что способствует укреплению социальной связности и снижению конфликтности [1; 6].

Таким образом, современная Европа не отказывается от идей мультикультурализма, но адаптирует их к новым социополитическим реалиям. Мультикультурализм перестаёт быть только моделью культурного равенства и становится инструментом гражданской интеграции, обеспечивающим баланс между культурным разнообразием и социальной стабильностью.

Литература:

1. Бабич И. Л., Родионова О. В. Теория и практика мультикультурализма // Исследования по прикладной и неотложной этнологии. – М.: ИЭА РАН, 2009. – Вып. 215. – 49 с.
2. Rex J. Multiculturalism in Europe and America // Nations and Nationalism. – 1995. – Vol. 1, No. 2. – P. 243–259.

3. Веретевская А. В. Проблемы европейского мультикультурализма // Сравнительная политика. – 2013. – № 3.
4. Белая книга. Будущее Европы: Перспективы и сценарии для ЕС-27 к 2025 году. – Брюссель: Европейская комиссия, 2017. – 32 с.
5. Eurobarometer. – Official site of the European Commission [Electronic resource]. – URL: <https://europa.eu/eurobarometer/about/eurobarometer> (accessed: 23.11.2025).
6. Parekh B. Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory. – London: Macmillan, 2006. – 368 p.
7. European Commission. A Common Agenda for Integration: Framework for the Integration of Third-Country Nationals in the European Union. – Brussels, 2020.
8. Кризис мультикультурализма и проблемы национальной политики / под ред. М. Б. Погребинского, А. К. Толпыго. — М.: Весь Мир, 2013. — 400 с.

ИНСТИТУТЫ КОНФУЦИЯ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ: ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

М. С. Терещенко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, mi.trsch@gmail.com**

Научный руководитель: Гаврилова В. А. к.и.н., доцент

В статье рассматривается история развития Институтов Конфуция в Великобритании, созданных для продвижения китайского языка и культуры, в период с 2005 по 2025 год; анализируются ключевые особенности партнёрства, стадии взаимодействия, а также тенденции, определяющие будущее сотрудничества.

This article examines the development of the Confucius Institutes in the UK, established to promote Chinese language and culture, from 2005 to 2025. It analyzes key features of the partnership, stages of interaction and factors that determine its future.

Институты Конфуция — это некоммерческие образовательные учреждения, направленные на помощь людям со всего мира в изучении китайского языка и культуры государства. Институты Конфуция создаются посредством партнёрства китайских учреждений с зарубежными организациями, которое основано на принципах взаимного уважения, дружеских консультаций, равенства и взаимной выгоды.

Первый Институт Конфуция в Великобритании был создан в 2005 г. при Университетском Колледже Лондона. Через год, в 2006 г., при сотрудничестве с Лондонской школой экономики и политических наук был создан первый в мире Институт Конфуция по бизнесу, задачами которого стали преподавание не только китайского языка и современной культуры, но и экономики и права. В 2008 г. сотрудничество продолжилось: на базе Лондонского университета Саут-Банк был создан Институт Конфуция по традиционной китайской медицине, не имеющий аналогов в мире. Институт популяризирует традиционную китайскую медицину, организует профессиональные курсы.

В 2014 г. Соединённое Королевство Великобритании и КНР подписали «Совместное заявление», в котором государства подчеркнули, что придают особое значение сотрудничеству между университетами, поэтому намерены углублять партнёрство в области высшего образования и научных исследований, а также содействовать преподаванию китайского и английского языков. Кроме того, стороны договорились объявить 2015 год годом культурного обмена, что послужило укреплению сотрудничества. [1]

По заявлению министра образования КНР Юань Гуйжэня, на 2015 г. в Великобритании было открыто наибольшее количество Институтов Конфуция и Классов Конфуция в Европе.

В октябре того же года Си Цзиньпин осуществил государственный визит в Великобританию, в рамках которого стороны договорились выстраивать глобальное всеобъемлющее партнёрство и усиливать гуманитарное взаимодействие для развития долгосрочных дружественных отношений. Этот визит ознаменовал начало «золотого века» британо-китайских отношений. [2]

Плодотворное сотрудничество продолжалось вплоть до 2019 г., на конец которого в Великобритании уже насчитывалось 29 Институтов Конфуция, однако ситуация изменилась в связи с распространением COVID-19 и эпидемиологической ситуацией, вследствие которых партнёрство сторон было сокращено, что негативно отразилось на британо-китайских отношениях в постпандемический период.

В июне 2019 г. Центр передового опыта стратегических коммуникаций НАТО опубликовал документ «Гибридные угрозы: Институты Конфуция», в котором дал оценку деятельности Институтов Конфуция с точки зрения осуществления китайской «мягкой силы» в том числе через призму сотрудничества с Великобританией.

На основании документа можно выделить ключевые особенности взаимодействия Институтов Конфуция с университетами: они являются структурными подразделениями в существующих образовательных

учреждениях и работают по системе двойного директорства; финансирование осуществляется китайской стороной, хотя организация может привлекать и сторонние инвестиции для реализации проектов, что, однако, создаёт уязвимость системы в силу того, что финансовая зависимость может повлиять на её академическую независимость. Так, ограничение свободы академического самовыражения может создать потенциальный конфликт интересов между традиционными академическими ценностями свободы слова и исследований и контролем со стороны Китая.

Документ также отмечает, что помимо положительных аспектов работы Института Конфуция, выражающихся в обеспечении качественного обучения китайскому языку и культуре, учреждения представляют и некоторую угрозу для европейских стран. Так, Институты Конфуция способны вмешиваться в академические программы университетов и проводить идеологическую политику, продвигая тем самым ценности КПК. Система контрактов, политики найма и финансовых аспектов организации непрозрачна, а свобода интеллектуальной свободы находится под сомнением из-за самоцензуры по деликатным политическим темам, таким как вопросы Тибета и Тайваня, протесты на площади Тяньаньмэй. Выводы, сделанные Центром коммуникаций НАТО по итогам анализа Институтов Конфуция, указывают на то, что учреждения направлены не только на образовательную деятельность, но и на политику легитимации правительства КНР за рубежом и формирование симпатий у студентов, кроме того, они не зарекомендовали себя как надёжное экспертное сообщество, поэтому их следует рассматривать именно как инструмент «мягкой силы» КНР. [3]

Такое отношение к организации получило продолжение в политике Великобритании в 2022 г., когда кандидат на пост лидера Консервативной партии Риши Сунак заявил, что «Китай представляет собой самую большую долгосрочную угрозу для Великобритании», и высказал инициативу о закрытии действующих Институтов Конфуция, хотя фактически меры реализованы не были. [4] В 2023 г., по заявлению министра иностранных дел Великобритании Джеймса Клеверли, Институты Конфуция перестали финансироваться правительством Соединённого Королевства, что, однако, не означало полного закрытия образовательных программ. Такая инициатива была осуществлена вследствие обвинения китайской стороны в продвижении ценностей Коммунистической Партии Китая через деятельность Институтов. [5]

По состоянию на 2025 г. на территории Великобритании находится 20 действующих Институтов Конфуция, что говорит о постепенном

сокращении партнёрства. В этом году Институты оказались под угрозой из-за новых британских правил свободы слова, что может вызвать юридические проблемы между университетами с их китайскими партнёрами, включая правительство в Пекине. Это может привести к очередному закрытию некоторых учреждений. [6]

Таким образом, Институты Конфуция являются инструментом распространения культурных ценностей Китая и его языка. Их деятельность направлена на подготовку квалифицированных кадров, владеющих китайским языком, и на укрепление сотрудничества с партнёрами, однако эта инициатива на современном этапе британо-китайских отношений находится в состоянии кризиса. В период 2005–2025 гг. сотрудничество Великобритании с Институтами Конфуция претерпело трансформацию от этапа взаимного доверия и активного развертывания сети учреждений до постепенного ограничения партнёрства на фоне геополитических разногласий, на современном этапе КНР воспринимается Лондоном в качестве угрозы национальной безопасности вследствие обвинения Китая в осуществлении идеологической политики посредством деятельности Институтов.

Литература:

1. Joint Statement from Government of the People's Republic of China & Government of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/news/joint-statement-from-government-of-the-peoples-republic-of-china-government-of-the-united-kingdom-of-great-britain-and-northern-ireland> (accessed: 11.11.25)
2. UK-China Joint Statement on building a global comprehensive strategic partnership for the 21st Century [Electronic resource]. URL: <https://www.gov.uk/government/news/uk-china-joint-statement-2015> (accessed: 11.11.25)
3. Hybrid Threats: Confucius Institutes [Electronic resource]. URL: <https://stratcomcoe.org/publications/hybrid-threats-confucius-institutes/88> (accessed: 11.11.25)
4. Sunak to promise curbs on China as UK's 'biggest long-term threat' [Electronic resource]. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2022/jul/24/sunak-to-promise-curbs-on-china-as-uks-biggest-long-term-threat> (accessed: 11.11.25)
5. UK expected to stop funding Chinese state-linked Mandarin teaching schools [Electronic resource]. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/24/uk-stop-funding-chinese-confucius-institute-mandarin-teaching-school> (accessed: 11.11.25)

6. China-backed centres at UK universities under threat from new free speech laws [Electronic resource]. URL: <https://www.theguardian.com/education/2025/aug/01/china-backed-centres-at-uk-universities-under-threat-from-new-free-speech-laws> (accessed: 11.11.25)

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ СО СТРАНАМИ ЮЖНОЙ АМЕРИКИ

Д. Р. Трубникова

**Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, trubnikowa.dash@yandex.ru**

Научный руководитель: Иваненко М. А., к.э.н., доцент

В тезисах рассматриваются текущие тенденции и перспективы внешнеэкономического сотрудничества России со странами Южной Америки в условиях санкционного давления, в том числе структура товарооборота, инвестиционные процессы и другие ключевые направления развития экономического сотрудничества России с Бразилией и Боливией в рамках БРИКС+, а также существующие ограничения для развития экономических связей.

The article examines current trends and prospects for Russia's foreign economic cooperation with South American countries in the context of sanctions pressure, as well as the structure of trade turnover, investment processes, and other key areas of development for Russia's economic cooperation with Brazil and Bolivia within the BRICS+ framework, as well as the existing limitations for the development of economic relations.

Россия в условиях санкционного давления со стороны запада активно развивает внешнеэкономические связи с новыми партнерами, в том числе в рамках БРИКС+, поэтому сотрудничество между Россией и такими странами Южной Америки, как Бразилия и Боливия, находится в фазе активного развития, несмотря на ряд вызовов и препятствий.

В первую очередь это проявляется в развитии торговых связей России с этими странами. На рисунке 1 изображена динамика товарооборота России со странами Южной Америки.

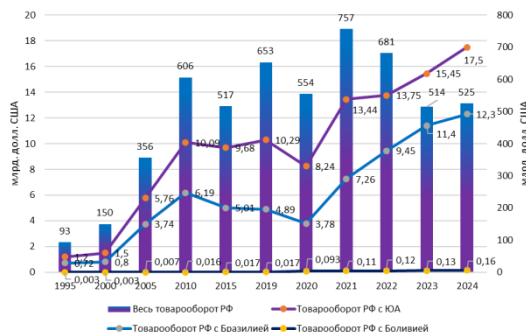


Рис. 1 – Динамика товарооборота России со странами Южной Америки [9,10]

Анализ товарооборота демонстрирует низкую долю стран региона в товарообороте России, в среднем 2% за период с 1995 года, однако динамика очень показательна, за последние пять лет объем товарооборота вырос в два раза до 17,5 млрд. долл. США. 70% товарооборота России со странами Южной Америки приходится на Бразилию. На Боливию и остальные страны приходится 30% товарооборота [9].

Основу экспорта России в Бразилию составляют нефть и удобрения, а импорта - сельскохозяйственные товары (соевые бобы, мясо, кофе). Основой экспорта России в Боливию являются удобрения, химическая продукция и нефть, а импорт представлен сырьем, в первую очередь – карбонатом лития (96% импорта).

Выявляется стагнация диверсификации экспортно-импортных связей, что может говорить о высокой рискованности торговых отношений в настоящее время под влиянием санкций. Однако нужно отметить рост доли наукоемкой продукции в экспорте России в обе страны, что демонстрирует перспективы развития высокотехнологичного экспорта в страны Южной Америки.

Отмеченные в конъюнктуре внешнеторгового сотрудничества России с Бразилией и Боливией изменения связаны со структурной перестройкой экономик стран. В частности, рост экспорта сельскохозяйственных удобрений связан с развитием аграрного производства в странах Южной Америки, а сокращение импорта Россией мяса и другой продукции сельского хозяйства связано с развитием собственного аграрного и животноводческого секторов.

Инвестиционное сотрудничество России с регионом находится на чрезвычайно низком уровне, кроме того, официальная статистика по

российским инвестициям в страны Южной Америки очень фрагментарна [6].

К перспективным направлениям развития внешнеэкономических связей России и Бразилии можно отнести:

- развитие сотрудничества в сфере атомной энергетики, которое обусловлено наличием проектов кампании «Росатом» и бразильской Electronuclear по совместному строительству, обслуживанию и эксплуатации атомных АЭС и изучению ядерных материалов;
- проекты компаний «Роснефть» и «Газпром» по разведке нефтегазовых месторождений, а также возведению гидроэлектростанций;
- развитие сотрудничества в области «синей экономики», что обусловлено большой протяженностью береговой линии обеих стран;
- проекты по изучению и освоению космоса, в том числе строительству совместных орбитальных станций.

К перспективным направлениям развития сотрудничества России с Боливией в свою очередь можно отнести:

- сотрудничество в сфере добычи лития, что имеет крайне важное значение для России. Объем инвестиций «Росатома» в разработку месторождений и производству карбоната лития, может составить 600 миллионов долларов США [2];
- инвестиции России в развитие инфраструктуры Боливии, в том числе оказание услуг по строительству промышленных объектов и железных дорог;
- сооружение центра ядерных исследований и технологий за счет инвестиций «Росатома». Среди уже введенных в эксплуатацию объектов - самый крупный в Латинской Америке радио-фармакологический комплекс.

Отметим проблемы, осложняющие развитие внешнеэкономического сотрудничества России со странами Южной Америки:

- наиболее глобальной проблемой является политическая нестабильность во многих странах Южной Америки, создающая ограничения для развития новых отраслей экономики [3]. Экономическое и политическое давление на регион со стороны стран запада и особенно США ведет к его дестабилизации: национальным движениям, вооруженным выступлениям, развитию нелегального наркобизнеса, торговле оружием и людьми;
- недостаточная развитость транспортной инфраструктуры, особенно в центральной части региона. Крупные железные дороги проходят только по территориям востока Бразилии и Аргентины. Автотранспорт развит лучше, но сеть автодорог развита не равномерно, особенно на территории

западной Бразилии [8]. Что касается морского транспорта, он играет важнейшую роль во внешней торговле, однако сеть портов плохо развита на севере региона;

- дефицит инвестиций, обусловленный низкой инвестиционной привлекательностью региона, из-за вышеперечисленных проблем;
- низкая диверсификация товарооборота, который имеет преимущественно сырьевую направленность, что создает зависимость от волатильности мировых цен на сырьевых рынках.

Роль БРИКС+ в развитии сотрудничества России с Южной Америкой заключается в политической интеграции, которая в целом благотворно влияет на развитие экономического сотрудничества за счет унификации процессов внешнеэкономической деятельности, формирования единых норм и правил, устранения торговых барьеров и роста внимания к определенным странам и сферам сотрудничества.

Развитие БРИКС+ способствует созданию альтернативных финансовых институтов, таких как Новый банк развития [4], предоставляя доступ к финансированию проектов в странах Южной Америки. БРИКС+ способствует развитию инфраструктуры в странах южноамериканского региона, включая создание новых транспортных коридоров, энергетических сетей и систем водоснабжения [8].

Расширение договорной базы сотрудничества является основой углубления внешнеэкономических связей, особенно с сферах, связанных с модернизацией и углублением межгосударственных отношений в инвестиционных, научно-технических и инновационных секторах экономики [5]. Расширение аналитической базы необходимо для развития инвестиционного сотрудничества, в частности, для определения его реального состояния и обозначения особо перспективных сфер российского инвестирования.

Не смотря на сотрудничество в сфере военных технологий в советское время, на данный момент эта сфера стагнирует, но страны Южной Америки заинтересованы в развитии этого вида связей [7], поскольку сильно отстает в данной области, а импорт военной техники необходим, ввиду высокой криминогенности региона.

Торговое сотрудничество может развиваться в направлении увеличения экспорта российской продукции высоких переделов, к примеру спецтехники. Восстановление и развитие логистических цепочек также благотворно скажется на развитии сотрудничества.

Необходимо углубление научного и академического обмена, посредством увеличения грантовой поддержки и стажировок, создание правовой базы для признания дипломов о высшем образовании. Актуальным также является развитие культурного обмена. Необходима

также банковская интеграция, к примеру, реализация проекта использования карт МИР на территории Южной Америки.

В концепции внешней политики Российской Федерации отмечено намерение нашей страны наращивать отношения с государствами Южной Америки «на прагматичной, деидеологизированной и взаимовыгодной основе, уделяя приоритетное внимание увеличению объемов взаимной торговли и развитию других форм экономического сотрудничества» [1].

Достижение этих целей благотворно скажется на дальнейшем развитии внешнеэкономических связей России со странами Южной Америки.

Литература:

1. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 31 марта 2023 г.) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mid.ru/tv/?id=1860586&lang=ru>. (дата обращения: 09.11.2025)

2. Красных О.В. Перспективы российско-боливийского сотрудничества в энергетической сфере // Социально-гуманитарные знания. №3. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-rossiysko-boliviyskogo-sotrudnichestva-v-energeticheskoy-sfere> (дата обращения: 10.11.2025).

3. Лавут А.А. Поиски латиноамериканской стратегии развития в условиях нестабильности глобальной экономики // Латинская Америка. – 2020 – Выпуск № 1 С. 33-46. [Электронный ресурс]. – URL: <https://latamerica-journal.ru/s0044748x0007757-1-1/> (дата обращения: 09.11.2025).

4. Лукашенко И. В., Шакер И. Е. BRICS: экономический потенциал, Новый банк развития и цифровая валюта // Латинская Америка. – 2023. – Выпуск № 10 С. 41-61. [Электронный ресурс]. – URL: <https://latamerica-journal.ru/s0044748x0027613-3-1/> (дата обращения: 12.11.2025).

5. Попова И.В., Никитина И.П. Совершенствование механизма формирования финансовых ресурсов в банках стран БРИКС. Банковские услуги. М., 2018, № 7, сс.2–9. [Электронный ресурс]. – URL: <https://library.cbr.ru/catalog/lib/article/313827/> (дата обращения: 12.11.2025).

6. Прямые инвестиции из Российской Федерации за рубеж: исходящие остатки по инструментам и странам-партнерам (по принципу направленности) // Банк России. - 2022а. - 30.05. - [Электронный ресурс]. – URL: http://cbr.ru/vfs/statistics/credit_statistics/direct_investment/16-dir_inv.xlsx. (дата обращения: 10.11.2025).

7. Яковлев П.П. Мегатренды развития Латинской Америки и экономические интересы России // Латинская Америка. 2023. № 6. С. 6–21. [Электронный ресурс]. – URL: <https://latamerica-journal.ru/s0044748x0025602-1-1/> (дата обращения: 10.11.2025)

8. Яковлев П.П. Экономическое сотрудничество России со странами Латинской Америки в контексте мирохозяйственных трансформаций // Современная мировая экономика. Том 1. 2023. № 2(2). [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.imemo.ru/publications/periodical/meimo/archive/2022/3-t-66/latin-america-in-search-of-own-way/latin-american-economy-at-the-start-of-digital-modernization> (дата обращения: 09.11.2025)

9. ОЕС / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://oec.world/en>. (дата обращения: 11.11.2025)

10. Trade Map / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx>. (дата обращения: 09.11.2025)

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КНР И РОССИИ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОБЛАСТИ

Н. Е. Федоткина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nataly.nsk04@mail.ru**

Научный руководитель: Бурцева Е.В., ст.преп.

В статье исследуется торгово-экономическое сотрудничество России и Китая в энергетике в условиях трансформации глобального энергорынка. Рассмотрены динамика торговли нефтью, газом и углем, роль инфраструктурных проектов и участие китайских инвесторов в российских проектах. Показано, что взаимная экономическая дополняемость формирует устойчивую модель двусторонних отношений и укрепляет энергетическую безопасность.

The article examines trade and economic cooperation between Russia and China in the energy sector in the context of the transformation of the global energy market. The dynamics of oil, gas and coal trade, the role of infrastructure projects and the participation of Chinese investors in Russian projects are considered. It is shown that mutual economic complementarity forms a stable model of bilateral relations and strengthens energy security.

Актуальность исследования торгово-экономического сотрудничества Китайской Народной Республики и Российской Федерации в энергетической области определяется совокупностью экономических, геополитических и технологических факторов, которые формируют

устойчивый интерес к данной проблематике в современном научном дискурсе. В условиях трансформации глобального энергетического рынка, характеризующейся изменением структуры спроса, усилением конкуренции за ресурсы, а также тенденциями к декарбонизации экономики, взаимодействие России, обладающей значительным экспортным потенциалом традиционных энергоносителей, и Китая, являющегося крупнейшим мировым потребителем энергии, приобретает стратегическое значение. Возрастающее санкционное давление на российскую экономику и необходимость диверсификации внешнеэкономических связей обуславливают переориентацию энергетического экспорта на азиатское направление, где Китай выступает ключевым партнёром, способным компенсировать сокращение западных рынков. При этом развитие крупных инфраструктурных проектов, таких как газопровод «Сила Сибири» или нефтепровод «Восточная Сибирь - Тихий океан», а также расширение инвестиционного и технологического взаимодействия в сегментах добычи, переработки и транспортировки энергоресурсов обеспечивают формирование долгосрочной взаимной экономической зависимости, требующей комплексного научного анализа. Дополнительную актуальность придаёт данному направлению переход ведущих экономик к низкоуглеродным моделям развития, что создает предпосылки для оценки перспектив сотрудничества России и Китая в областях возобновляемой энергетики, водородных технологий и повышения энергоэффективности. Таким образом, комплексный анализ динамики и структуры торгово-экономического сотрудничества России и Китая в энергетике представляется не только релевантным для прогнозирования двусторонних отношений, но и необходимым для понимания формирующейся модели глобального энергорынка и выявления долгосрочных траекторий экономического развития обоих государств.

Цель данного исследования заключается в выявлении динамики развития торгово-экономического сотрудничества Китая и России в области энергетики.

Задачи исследования:

1. Изучить нормативно правовую базу, регулирующую торгово-экономическое сотрудничество Китая и России в области энергетики;
2. Проанализировать объём торгового оборота.

Нормативно-правовая база сотрудничества между Китаем и России основывается на «Соглашении между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о продолжении сотрудничества в энергетической сфере» от 18 июля 2000 года [3]. Энергетическое сотрудничество всегда было доминирующей

силой в торговле между Китаем и Россией. По данным Главного таможенного управления, общий объем импорта Китаем энергоносителей из России в 2024 году достиг 132,6 млрд долларов США, что составляет 51,4% от общего объема двусторонней торговли. Среди них наибольшую долю составил импорт сырой нефти, достигший 87,4 млрд долларов США. На втором месте — природный газ (включая трубопроводный и сжиженный природный газ) — около 25,7 млрд долларов США. Импорт угля составил 19,5 млрд долларов США [6]. Углубленное сотрудничество в сфере энергетики обеспечивает стабильную основу для двусторонней торговли.

Торговля нефтью является основой энергетического сотрудничества Китая и России. В 2024 году Китай импортировал из России 108,4 млн тонн сырой нефти [4], что на 1,3% больше, чем в 2023 году. За первые три квартала 2025 года Китай импортировал из России 74,046 млн тонн сырой нефти, что на 8,1% меньше, чем за аналогичный период прошлого года [10]. Несмотря на это, Россия остается крупнейшим поставщиком сырой нефти в Китай четвертый год подряд. Импорт российской сырой нефти в Китай осуществляется в основном по трубопроводу Восточная Сибирь — Тихий океан (ВСТО) [8].

Сотрудничество в сфере природного газа также развивается быстрыми темпами. Природный газ является ключевой областью энергетического сотрудничества между Китаем и Россией, и торговля природным газом между двумя странами в последние годы неуклонно растет. Данные показывают, что в 2020 году "Газпром" поставил в Китай по "Силе Сибири" 4,1 млрд куб. м газа, в 2021 году - 10,39 млрд куб. м, в 2022 году - 15,4 млрд куб. м., в 2023 году - 22,73 млрд куб. м., в 2024 году - 31,12 млрд куб. м. [12]. Согласно плану, к 2025 году мощность транспортировки газа по трубопроводу достигнет 38 млрд кубометров [2]. Но в сентябре 2025 года глава "Газпрома" сообщил об увеличении поставок газа в КНР по газопроводу "Сила Сибири" с 38 млрд куб. м газа в год до 44 млрд куб. м [7].

Импорт угля также стал важной частью торговли между Китаем и Россией. В 2024 году Китай импортировал из России 95 млн тонн угля [11], что на 7,8% больше, чем в предыдущем году. По данным Главного таможенного управления КНР (GACC), в январе–октябре 2025 года экспорт российского угля в Китай составил 73,1 млн тонн, что на 8,3% меньше, чем за аналогичный период 2024 года [5]. Падение поставок российского угля связано с логистическими проблемами, высокими железнодорожными тарифами, международными санкциями и укреплением рубля. Россия является вторым по величине экспортером угля в Китай. Высококачественный российский антрацит и коксующийся

уголь широко используются в энергоемких отраслях промышленности Китая, таких как сталелитейная и химическая. Благодаря географической близости Дальнего Востока России и Северо-Востока Китая транспортные расходы относительно невысоки, что делает российский уголь чрезвычайно конкурентоспособным на китайском рынке.

Что касается направления китайских инвестиций в Россию в нефтегазовом секторе: CNPC и Sinopet инвестируют в совместные проекты с «Роснефтью» и «Газпромом» [9]. Китай с российскими нефтегазовыми компаниями, такими как Роснефть, Газпром и Новатэк, ввел совместную разработку нефтяных и газовых месторождений, а также о торговле углеводородами. CNPC владеет долей в проекте Ямал СПГ (около 20%) и участвует в Арктик СПГ-2 [1]. НОВАТЭК подписал два обязывающих соглашения о вхождении в проект строительства завода по сжижению природного газа (СПГ) «Арктик СПГ-2» с китайскими CNODC и CNOOC, каждая получит по 10%, сообщила российская компания. Соглашения были подписаны в рамках международного форума «Один пояс, один путь».

Подводя итоги проведённого исследования, можно заключить, что торгово-экономическое сотрудничество России и Китайской Народной Республики в энергетической сфере является одним из ключевых факторов формирования устойчивой модели двусторонних отношений и оказывает существенное влияние на конфигурацию региональной и глобальной энергетической безопасности. Комплексный анализ показал, что энергетическое взаимодействие строится на взаимной экономической дополняемости: Россия выступает стратегическим поставщиком традиционных энергоресурсов, тогда как Китай обеспечивает стабильный спрос и инвестиционную основу для долгосрочных проектов. Реализация масштабных инфраструктурных инициатив, таких как магистральные трубопроводные системы и совместные проекты в области добычи и переработки, способствует формированию устойчивых экономических связей, укрепляет технологическое сотрудничество и диверсифицирует внешнеэкономические ориентиры России.

Литература:

1. Фадеева А. Китайцы стали крупнейшими иностранными инвесторами завода НОВАТЭКа Почему 20% «Арктик СПГ-2» достались CNPC и CNOOC [Электронный ресурс] // РБК. — URL: <https://www.rbc.ru/business/25/04/2019/5cc19b4b9a794744f3d7b676> (дата обращения: 26.11.2025).

2. «Газпром» досрочно вывел суточные поставки газа в Китай по газопроводу «Сила Сибири» на максимальный контрактный уровень [Электронный ресурс] // Газпром. – URL: <https://www.gazprom.ru/press/news/2024/december/article578145/> (дата обращения: 26.11.2025).
3. Двусторонний договор "Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о продолжении сотрудничества в энергетической сфере" от 18.07.2000 № 2000063 // Министерство иностранных дел Российской Федерации. - 2000 г. - № 12.
4. Китай в 2024 году обновил рекорд импорта нефти из РФ [Электронный ресурс] // Интерфакс. – URL: <https://www.interfax.ru/business/1003780> (дата обращения: 26.11.2025).
5. Пульс угля — 24 ноября 2025: угольная промышленность в моменте [Электронный ресурс] // EastRussia. – URL: <https://www.eastrussia.ru/material/puls-uglya-24-noyabrya-2025-ugolnaya-promyshlennost-v-momente/> (дата обращения: 27.11.2025).
6. Справочные и аналитические материалы [Электронный ресурс] // Федеральная таможенная служба. – URL: <https://customs.gov.ru/statistic> (дата обращения: 26.11.2025).
7. Что известно о маршрутах поставок газа из России в Китай [Электронный ресурс] // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/info/24932661> (дата обращения: 27.11.2025).
8. Транснефть [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80akxamidgr5f.xn--p1ai/> (дата обращения: 26.11.2025).
9. Oksana Kobzeva, Alexander Marrow, David Evans China, top Russian energy firms discuss developing oil and gas fields -CNPC [Electronic resource] // Reuters. — URL: <https://www.reuters.com/business/energy/china-top-russian-energy-firms-discuss-developing-oil-gas-fields-cnpc-2023-11-01/> (accessed: 26.11.2025).
10. 1-9 月我国共进口原油同比增长 2.7% [Electronic resource] // 百度 . – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1847298396190872937&wfr=spider&for=pc> (accessed: 27.11.2025).
11. 2024 年我国进口 9509 万吨俄罗斯煤炭, 花费 777 亿元, 金额下降 22.5% [Electronic resource] // 百度 . – URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1824205221093206875&wfr=spider&for=pc> (accessed: 26.11.2025).
12. 陈波, 中国国际问题研究院 国际形势和中国外交 蓝皮书 (2024-2025). - 北京: 世界知识, 2024. - 580 с.

«ОСОБЫЕ ОТНОШЕНИЯ» ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США

Е. В. Чернавина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, tchernavinaekaterinka@yandex.ru

Научный руководитель: Куликова Д. Н., к.и.н., доцент

В данной работе рассмотрены факторы отношений Великобритании и США, которые придают им статус «особых». Исследование взаимоотношений между Великобританией и США имеет большое значение для понимания возможных сценариев развития как на региональном, так и на глобальном уровне.

Ключевые слова: «особые отношения», Великобритания, США, сотрудничество Великобритании и США, англо-американский союз, военно-политическое сотрудничество

This paper examines the factors that make the relationship between the United Kingdom and the United States "special.". Studying the relationship between the United Kingdom and the United States is crucial for understanding potential scenarios at both the regional and global levels.

Keywords: "special relationship", the United Kingdom, the United States, UK-US cooperation, Anglo-American alliance, military-political cooperation

Актуальность исследования британо-американских отношений в первую очередь обусловлена ролями, которые данные государства играют на мировой арене. На протяжении многих лет США и Великобритания входят в число стран, которые значительно влияют на мировую политику и определяют вектор мирового развития.

США и Великобритания, относятся к ядерным державам и являются крупнейшими мировыми государствами и членами организаций, таких как Совет безопасности ООН, НАТО, Страны большой семёрки и двадцатки. С учётом указанных обстоятельств эти страны несут большую ответственность за обеспечение мировой безопасности и стабильности, а также за устойчивое развитие в условиях современной глобализации.

Целью работы является определить, в чём заключается «особый» характер британо-американских отношений.

Текущая модель взаимодействия Великобритании и США сформировалась после Второй мировой войны. Само понятие «особые отношения» появилось ещё на рубеже XIX-XX вв., но тогда оно означало лишь наличие общего языка, а также религиозное и культурное сходство между двумя странами, не включая военно-политический аспект, который впоследствии стал основой этих отношений [6].

Устойчивость англо-американского союза во многом также обусловлена сентиментальными привязанностями, культурным

родством, историческими традициями, схожими институтами и общим языком. Именно сплочённость, возникающая благодаря этим связям, выводит эти отношения на новый уровень, по сравнению с большинством других международных отношений.

Эти факторы играют значительную роль, но стоит отметить, что с исторической, языковой и культурной точки зрения обе страны имеют крепкие связи и с множеством других государств. Соединенные Штаты населены многими выходцами из континентальной Европы, а также мигрантами из Великобритании. В свою очередь, Британия имеет особенно прочные этнические связи с такими странами, как Австралия, Канада, Новая Зеландия и Южная Африка. Но, тем не менее, термин «особые отношения» используется исключительно для обозначения отношений между Великобританией и США. В данном случае близость не равнозначна важности. Понятие «особые отношения» включают в себя этот аспект важности. Для Великобритании справедливо утверждение, что начиная с 1940 г. связи с США были в подавляющем большинстве случаев более значимыми, чем с любым другим государством [8].

Термин «особые отношения» начал активно применяться в диалоге между Великобританией и США с момента окончания Второй мировой войны [3]. Основой для таких тесных связей между двумя державами стала речь У. Черчилля в Фултоне в 1946 г., в которой он призвал англоязычные страны объединиться для противостояния внешним угрозам и достижения прочного и стабильного мира [5].

В «особых отношениях» между Великобританией и США можно выделить две ключевые составляющие: глубокую цивилизационную связь между двумя ведущими «англосаксонскими» державами и активное военно-политическое сотрудничество. Эти два аспекта переплетены узами родства и общих интересов, которые делают британо-американские отношения уникальными по сравнению с союзами США с другими странами.

Ключевой особенностью и главной основой «особых» англо-американских отношений является уникальное сотрудничество в военной сфере. Партнёрство двух стран в рамках НАТО способствовало укреплению связей в области обороны, разведки и ядерного взаимодействия [9]. Великобритания неоднократно выступала союзником США в различных военных операциях (Афганистан, Ирак), направленных на смену режимов и пересмотр баланса сил на Ближнем Востоке, что также отразилось на безопасности соседних регионов, включая Европу, которая в 2015 г. столкнулась с миграционным кризисом [2]. В настоящее время Великобритания и США активно сотрудничают в урегулировании палестино-израильского конфликта. Д.

Трамп представил план из 20 пунктов, в котором говорится о том, что Газой будет управлять временный переходный технократический, аполитичный палестинский комитет, отвечающий за повседневные государственные услуги и интересы жителей [12]. Работу этого комитета будет контролировать новый международный орган – «Совет мира» под руководством Д. Трампа. Согласно плану, Международный переходный орган будет возглавлен бывшим премьер-министром Великобритании Т. Блэром [13].

Таким образом, «особые отношения» Великобритании и США представляют собой комплексное взаимодействие, основанное на исторических, культурных и военно-политических связях, что делает их уникальными на международной арене. Эти отношения не только влияют на внутренние дела обеих стран, но и оказывают значительное влияние на глобальную безопасность и политическую стабильность.

Литература:

1. Баладина А. И. Основные тенденции в истории развития британо-американских международных отношений [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-v-istorii-razvitiya-britano-amerikanskih-mezhdunarodnyh-otnosheniy/viewer> (дата обращения 29.10. 2025).
2. Балаян А. В. Феномен англо-американских «Особых отношений» и его влияние на международные политические процессы в конце XX - XXI вв [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-anglo-amerikanskih-osobyh-otnosheniy-i-ego-vliyanie-na-mezhdunarodnye-politicheskie-protsessy-v-kontse-xx-xxi-vv> (дата обращения: 31.10.2025).
3. Лексина Е. А. «Особый» характер британо-американских отношений [Электронный ресурс]. - URL: - <https://cyberleninka.ru/article/n/osobyi-harakter-britano-amerikanskih-otnosheniy> (дата обращения: 09.11.2025).
4. Соглашение о взаимной обороне между Великобританией и США [Электронный ресурс]. – URL: https://web.archive.org/web/20150412122614/http://www.nti.org/media/pdfs/56_4.pdf (дата обращения: 10.11.2025).
5. Фултонская речь Черчилля [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.coldwar.ru/churchill/fulton.php> (дата обращения: 10.11.2025).
6. Черкашина Т. Н. «Особые отношения» Великобритании и США: испытание временем [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobyie-otnosheniya-velikobritanii-i-ssha-ispytanie-vremenem> (дата обращения 10.11.2025).

7. Allen H.C. Great Britain and the United States: a history of Anglo-American relations (1783-1952) [Электронный ресурс]. – URL: <https://archive.org/details/greatbritainunit00alle/page/20/mode/2up> (дата обращения 05.11.2025).
8. Baylis J. Anglo-American defence relations, 1939-1980 [Электронный ресурс]. – URL: <https://archive.org/details/angloamericandef0000bayl/page/n295/mode/2up> (дата обращения: 27. 10. 2025).
9. Nicholas H.G. The United States and Britain [Электронный ресурс]. – URL: <https://archive.org/details/greatbritainunit00alle/page/20/mode/2up> – (дата обращения 28. 10. 2025).
10. Reynolds D. 'Special Relationship'? America, Britain and the International Order Since the Second World War [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.sci-hub.ru/10.2307/2618063> (дата обращения: 27.10. 2025).
11. PM speech at Lord Mayor's Banquet: 2 December 2024 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-at-lord-mayors-banquet-2-december-2024> (дата обращения: 07.11.2025).
12. The full text of Trump's 20-point plan to end the war in Gaza [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.middleeasteye.net/news/full-text-trumps-20-point-plan-end-war-gaza-0> (дата обращения: 13.11.2025).
13. Washington backing plan for Tony Blair to head transitional Gaza authority [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/world/2025/sep/25/washington-backing-plan-for-tony-blair-to-head-transitional-gaza-authority> (дата обращения: 13.11.2025).

**ФЕНОМЕН «СИБИРСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ»
КАК РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ»**

К. А. Хлебникова
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»,
г. Новосибирск, mariaambramova@gmail.com
Научный руководитель: Вранчан Е. В., к. филол. н., доцент

В статье представлен анализ результатов работы по теме «Сибирская идентичность», полученных на семинарах по дисциплине «Основы российской государственности». Во-первых, анализ исследовательских работ и

результатов опроса позволил выделить основные векторы интерпретации сибирской идентичности. Во-вторых, анализ эмпирических данных подтвердил существование феномена «сибирская идентичность». В-третьих, было дано определение понятию «сибиряк».

The article presents an analysis of the results of the work on the topic "Siberian Identity" obtained at the seminars on the discipline "Fundamentals of Russian Statehood." Firstly, the analysis of research papers and survey results allowed us to identify the main vectors of interpretation of Siberian identity. Secondly, the analysis of empirical data confirmed the existence of the phenomenon of "Siberian Identity." Thirdly, the concept of "Siberian" was defined.

Актуальность исследования определяется, с одной стороны, несомненной значимостью регионального компонента в системе образования, а, с другой стороны, обусловлена возрастающим интересом к феномену региональной идентичности в контексте экономических процессов. Так, Сибирь – это макрорегион, который обладает уникальными природными, историческими и социально-культурными характеристиками, имеет особый тип самосознания, воплощенный в категории «сибиряк». Однако научный дискурс предлагает множественные и порой противоречивые интерпретации этого понятия: от квазиэтнической общности и модального типа до политического проекта.

Цель исследования – анализ результатов исследования по теме «Сибирская идентичность», полученных в ходе работы на семинарах по дисциплине «Основы российской государственности». В рамках семинаров по темам «Россия: единство в многообразии», «Русский национальный характер. Народы Сибири» акцентировалось внимание на более глубоком освоении студентами истории, культуры, традиций сибирского региона, родного края. Обозначенная цель ставит следующие задачи: рассмотреть понятия «сибирский характер», «пространственная идентичность», «ценностные модусы»; проанализировать результаты проведенного опроса по теме «Основные качества сибирского характера»; сформулировать определение понятия «сибирский характер» с учетом проведенного анализа научных источников.

Методологическую базу исследования составили: комплексный подход, сосредоточенный на теоретическом анализе научных источников в области региональной идентичности; контент-анализ, послуживший основным аналитическим инструментом; сравнительный анализ релевантных научных публикаций.

Обратившись к рассмотрению наиболее значимых понятий в контексте изучения сибирской идентичности, выявили, что Р.Б. Мункуева и Ю.А. Серебрякова трактуют понятие «национальный

характер» как комплексную систему, формирующуюся под воздействием истории, культуры и социально-психологических установок, подчеркивают его связь с понятием «национальная идентичность» [4]. Данный подход позволяет характеризовать «сибиряка» как региональный модальный тип, который, не являясь отдельной национальностью, обладает четкими культурно-психологическими отличиями.

Современная регионалистика выделяет три основных вектора интерпретации сибирской идентичности: 1) пространственная идентичность и модальный тип; 2) ценностные модусы и менталитет; 3) идентичность как конструкт. По мнению М.Н. Колоткина, «сибиряк» представляет собой социально-территориальную общность, особенности которой определены природно-ландшафтными и историческими компонентами. Сибиряк, по мнению исследователя, характеризуется как модальный тип, обладающий характерными поведенческими стратегиями [3].

В.М. Гревнев фокусирует внимание на социально-антропологических аспектах. Он подчеркивает, что в качестве ценностных модусов, формирующих региональную идентичность на примере Красноярского края, выступают ментальные и психологические особенности, легитимирующие понятие «сибирский характер» [2]. А. Анисимова и О. Ечевская используют конструктивистский подход, рассматривая сибирскую идентичность в качестве сложного феномена, который является одновременно культурным явлением, биографическим и политическим проектом – способом заявления общности о своих отличиях и правах [1].

Согласно М.Н. Колоткину, сибирское пространство (макрорегион) является не просто фоном, а активным фактором, формирующим идентичность [3]. Суровый климат, удаленность от центра и специфика исторического освоения (колонизация, каторжная система, индустриальное развитие) выработали у сибиряков уникальный набор черт, которые выделяют их среди других жителей страны. В.М. Гревнев, конкретизируя эти черты, описывает «сибирский характер» через призму ценностных модусов. К ним он относит: высокий адаптационный потенциал, самостоятельность, предприимчивость и устойчивость [2].

Эмпирические данные подтверждают существование феномена «сибирская идентичность». Так, социологический опрос Н.В. Сверкуновой в Приангарье показал, что 81,5% респондентов считают, что «сибирский характер» существует. При этом 64,2% респондентов идентифицировали себя как сибиряки [5]. Модальная личность сибиряка в 2000 году включала такие черты, как выносливость,

прямотушие, искренность, благожелательность, честность и коллективизм. Сравнение с более поздним опросом более 52 первокурсников НГУЭУ, проведенным в марте 2025 г., показывает частичное совпадение в ядре черт: среди лидирующих характеристик названы стойкость (45%), трудолюбие (40%), гостеприимство (40%) и выносливость (25%). Кроме того, опрос около 80 первокурсников НГУЭУ, проведенный нами в октябре 2025 г, показал, что респонденты в первую очередь выделяют такие качества сибиряков, как стойкость и выносливость; трудолюбие и терпеливость; суровость и самостоятельность. Также к числу наиболее упоминаемых респондентами качеств сибирского характера следует отнести честность, храбрость, самостоятельность, практичность, гостеприимство, доброжелательность, отзывчивость, упорство, упрямство, надежность, ответственность, закаленность, остроумие, мудрость, уважение к природе. По мнению опрошенных, «сибирский характер сформировался в условиях сурового климата Сибири», поэтому сибиряк является «выносливым, упорным, способным постоять за себя и за свою Родину».

Для анализа этих черт необходимо обратиться к теоретической рамке Р.Б. Мункуевой и Ю.А. Серебряковой, которые определяют национальный характер как комплексную систему, сформированную под влиянием социокультурных и исторических факторов [4]

В этом контексте «сибирский характер» выступает как регионально-модальный тип в рамках более широкой российской идентичности. Сибирские условия, включая суровый климат и гигантские расстояния, выступили мощным социально-экологическим фильтром. Наличие в обоих опросах (2000 и 2025 гг.) таких доминант, как выносливость / стойкость и трудолюбие, убедительно подтверждает, что эти черты являются ядром сибирского характера, необходимым для освоения территории.

На основании синтеза работ М.Н. Колоткина, В.М. Гревнева, А. Анисимовой и О. Ечевской, а также эмпирических данных, можем дать определение понятию «сибиряк». Итак, «сибиряк» – это не просто статичная региональная идентичность, а динамическая матрица ценностей, которая актуализируется в кризисных ситуациях (социальных, экономических, экологических), выступая как механизм культурного сопротивления или региональной мобилизации в противовес центростремительным тенденциям. Тот факт, что большинство опрошенных идентифицируют себя как сибиряки, подтверждает наличие прочного потенциального коллективного субъекта.

В условиях цифровизации и интенсификации миграционных процессов сибирская идентичность переходит из категории географического атрибута в категорию «культурного кода». Ментальные черты сибиряка становятся не столько результатом выживания, сколько добровольным выбором мировоззрения. Приток «новых сибиряков» (мигрантов) подтверждает, что идентичность является культурно-поведенческой, а не этнической. Прибывающие либо ассимилируются, принимая ценностные модусы (самостоятельность, прагматизм) как условие успеха в регионе, либо остаются «временными жителями».

Динамичность подтверждается и эмпирическими данными: если в 2000 году в числе ключевых черт отмечались прямодушие и честность, то в 2025 году на первый план вышли трудолюбие и гостеприимство, что может свидетельствовать о сдвиге фокуса идентичности с морально-этических качеств на социально-адаптивные, востребованные в условиях активной урбанизации и экономической конкуренции. Таким образом, «сибиряк» в XXI веке – это, прежде всего, человек действия, чья идентичность гибко балансирует между географической привязкой, усвоенными ценностями и политической самосознательностью, особенно в моменты регионального или социального кризиса.

Итак, региональный компонент в рамках дисциплины «Основы российской государственности» позволяет актуализировать вопросы, связанные с особенностями России как поликультурного государства, географическое разнообразие которой влияет на формирование менталитета, характера человека. Так, доминирующим аспектом в формировании идентичности «сибиряка» является ментальный, поскольку именно ценностные модусы (самостоятельность, прагматизм), сформированные пространством и историей, обеспечивают ее устойчивость и трансформируют региональное самосознание в потенциальный политический субъект. Сибирская идентичность является динамической матрицей, которая в эпоху глобализации переходит из географической привязки в категорию культурно-поведенческого выбора.

Литература:

1. Анисимова А., Ечевская О. «Сибиряк»: общность, национальность или «состояние души»? // *Laboratorium*. – 2012. – № 4 (3). – С. 11–41.
2. Гревнев В.М. Ментальные и психологические особенности сибиряков как ценностные модусы региональной идентичности (на примере Красноярского края) // *Вестник ЧГАКИ*. – 2019. – № 4 (60). – С. 84–93.

3. Колоткин М.Н. Сибирская пространственная идентичность и менталитет // Сибирский государственный университет геосистем и технологий. – 2020. – Т. 5. – С. 51–57.

4. Мункуева Р.Б., Серебрякова Ю.А. Понятие национального характера // Вестник Бурятского государственного университета. – 2018. – Т. 3, № 3. – С. 32– 37.

5. Сверкунова, Н.В. Сибиряки и «сибирство» [Электронный ресурс] // Восточно-Сибирская правда: общественно-политическая и деловая газета Иркутской области – 2000. – 07 окт. – URL: <http://www.vsp.ru/2000/10/07/> (дата обращения: 19.11.2025).

**ОБРАЗНОСТЬ В РЕКЛАМНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ
НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ**

Е. В. Бурякова

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск, kburyakova5@gmail.com

Научный руководитель: Фефелова Е. С., ст. преп. кафедры ИЯ ГФ

В данной статье рассматриваются лингвистические средства создания образности на материале французских туристических буклетов и рекламных слоганов, а также основные приемы, за счет которых достигается формирование привлекательного образа территории и оказывается воздействие на целевую аудиторию.

This article examines the linguistic means of creating imagery based on French tourist brochures and advertising slogans, as well as the primary techniques used to form an attractive image of a territory and to exert influence on the target audience.

В условиях высокой конкуренции в сфере туризма реклама становится одним из основополагающих инструментов для привлечения потенциальных клиентов. Языковая образность играет важную роль в создании привлекательного имиджа определённого места. В современном французском туристическом дискурсе художественно-выразительные средства активно используются в качестве стратегических инструментов, которые формируют положительные эмоции у реципиента и вызывают желание отправиться в путешествие.

И.В. Арнольд рассматривает понятие образности как «элемент стилистики, который подразумевает использование изобразительно-выразительных средств языка для усиления воздействия сообщения» [1]. Именно стилистические средства выразительности способствуют созданию живых и насыщенных образов в сознании аудитории. Использование художественных языковых фигур обеспечивает привлечение внимания, делает текст более красочным и экспрессивным.

Важнейшей чертой образности выступает её наглядность. По мнению Е.С. Кубряковой, языковая образность «возникает в результате взаимодействия языкового значения с когнитивными структурами сознания» [4]. Например, словосочетание «sables dorés» активирует в сознании не только визуальный образ, но и вызывает комплекс чувственных ассоциаций, связанных с теплом, роскошью и умиротворением.

Наряду с наглядностью, с понятием образности тесно связаны экспрессивность и оценочность. Образность выступает в роли материальной основы для создания экспрессивности, которая делает речь более яркой и воздействующей [5]. Оценочность, в свою очередь, выражает отношение автора к описываемому объекту и часто передаётся через экспрессивные, эмоционально возвышенные слова и выражения, которые позволяют не только информировать, но и формировать у потребителя определённое внутреннее отношение.

В рекламных туристических текстах на французском языке немаловажную роль в создании образности играют стилистические тропы – речевые фигуры, в которых слова или выражения используются в переносном смысле. Их сущность заключается в сравнении двух концептов, которые кажутся близкими в каком-либо отношении [3]. Проведённое исследование показало, что наиболее востребованными образными средствами в рекламе французского туризма являются эпитеты и метафоры. В рекламе курорта «À Sedan, vous découvrirez une autre perle médiévale éblouissante: le plus grand château fort de l'époque, juché sur un éperon dominant la Meuse» используется метафора «vous découvrirez une autre perle médiévale éblouissante», с помощью которой подчеркивается уникальность достопримечательности и её значимость в истории города. Более того, эпитет «éblouissante» усиливает эмоциональное воздействие, позиционируя Седанскую крепость не только как исключительный объект архитектуры, но и как величественное, захватывающее дух творение человека.

Гипербола – это ещё одно эффективное средство создания образности во французской туристической рекламе. В ходе исследования было установлено, что гиперболизация качеств того или иного объекта придаёт ему уникальность и выделяет среди остальных. К примеру, реклама курорта «Saint-Tropez vous éblouit de l'éclat de ses plages d'un blanc immaculé», благодаря образности, выраженной гиперболой, доводит интенсивность впечатления до максимально возможного уровня.

Не менее важное место в создании образности в рекламных туристических текстах на французском языке занимают синтаксические средства выразительности. Например, риторический вопрос изменяет структуру коммуникации, условно трансформируя монолог в диалог, что создаёт иллюзию прямого обращения к потребителю. Это вызывает мгновенный эмоциональный отклик на уровне подсознания. В рекламе туристического направления «Voulez-vous vivre des expériences inoubliables à Strasbourg? Découvrez trois activités de loisirs populaires...» риторический вопрос создает «эмоциональную приманку», вызывая испытать незабываемые впечатления на личном опыте. Восклицательные

конструкции также воздействуют на эмоциональную сторону потребителя и создают дружелюбную, гостеприимную атмосферу. Так, в рекламном сообщении «*Nous avons invités à découvrir le patrimoine vivant de la Côte d'Azur!*» восклицание придаёт тексту торжественный шарм, делая его более эмоциональным и привлекательным.

Немаловажным аспектом создания необычных образов во французской рекламе является использование культурно-специфических реалий. Л.С. Бархударов определяет культурные реалии как «слова, указывающие на предметы и понятия, которые не имеют аналогов у носителей другого языка» [2]. Упоминания уникальных французских концептов, таких как «*art e vivre*» или «*terroir*», а также местных традиционных блюд и специй – «*tapenade*», «*bouillabaisse*», «*herbes de Provence*» выступают в роли показателей аутентичности, представляя Францию как утончённый культурный центр с изысканной кухней.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что использование всевозможных стилистических средств вносит неоценимый вклад в создание образности во французской туристической рекламе. С их помощью успешно формируется интересный и неповторимый образ туристических маршрутов, экскурсий, местных достопримечательностей. Благодаря художественно-выразительным средствам, рекламируемые территории и направления привлекают больше внимания и становятся объектом повышенного спроса среди потребителей. В настоящее время, изучение влияния образных средств в рекламе позволяет понять, как можно заинтересовать туристов, используя цифровые платформы. Более того, это способствует разработке определённого медиаконтента, где средства выразительности делают рекламируемый образ ярче.

Литература:

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 384 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. – М.: ЛКИ, 2008. – 240 с.
3. Корольков В. И. К теории фигур // Сб. науч. тр. МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1974. – Вып. 78. – С. 60-93.
4. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
5. Лукьянова Н. А. О семантике и типах экспрессивных лексических единиц. 1. Семантика // Актуальные проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск, 1979. – С. 50-61.

ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В АНГЛИЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ И СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

И. А. Герасимова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, iragerasimova19@mail.ru

Научный руководитель: Золовкина Г. В., ст.преп. кафедры ИЯ ГФ

Статья посвящена анализу средств выражения экспрессивности в англоязычной публицистике и исследованию специфики их передачи при переводе на русский язык. Особое внимание уделяется выявлению переводческих трансформаций и стратегий, направленных на сохранение прагматической функции оригинала в переводном тексте.

The article is dedicated to an analysis of the means of expressing expressiveness in English-language journalism and the study of the specifics of their transmission when translated into Russian. Special attention is given to identifying translation transformations and strategies aimed at preserving the pragmatic function of the original in the translated text.

В условиях возрастающей роли средств массовой информации в формировании общественного мнения, проблема адекватной и эквивалентной передачи информации между языками приобретает особую значимость. Особое значение экспрессия приобретает в сферах политики, журналистики, радио и телевидения. Публицистический стиль, как правило ориентирован на воздействие и убеждение читателя, поэтому обогащен разнообразными экспрессивными средствами. Недостаточное внимание к экспрессивному компоненту при переводе может привести к потере авторского замысла, искажению эмоционально-оценочного подтекста и снижению коммуникативного эффекта текста. **Актуальность данного исследования обусловлена** практической потребностью в выработке эффективных переводческих стратегий для работы с англоязычной публицистикой.

Объект исследования – публицистический текст.

Предмет исследования – особенности перевода публицистического текста с английского языка на русский.

Цель исследования – выявление особенностей перевода публицистических текстов.

Материалом исследования послужила англоязычная публицистическая статья под названием «In the time you spend on social media each year, you could read 200 books» Чарльза Чу; а также перевод статьи на русский язык, выполненный Светланой Писковатской.

Методы и приёмы исследования – анализ литературы по теме исследования, метод текстового анализа, метод сопоставительного анализа.

Как известно, в лингвистике нет однозначного и общепринятого понятия экспрессивности, существует множество определений, каждое из которых отражает точку зрения автора и его оригинальный подход к понятию. В работах И. В. Колбуковой представлено последовательное развитие концепции экспрессивности как семантической категории. Под данным термином она трактует «свойство определенной совокупности языковых единиц, обеспечивающее их способность передавать субъективное отношение говорящего к содержанию или адресату речи, или текста, организованных на основании таких языковых единиц» [3]. На наш взгляд, она наиболее точно и лаконично подчеркивает, что этот фундаментальный компонент проявляется не только на уровне слова или предложения, но и в организации связного текста, влияя на его целостное восприятие.

Наиболее распространенный в лингвистике подход к классификации экспрессивности базируется на способах ее реализации в речи, что дало ей второе название – уровневая экспрессивность. Б. Тошович выделяет следующую классификацию: графическая, фонетико-фонологическая, словообразовательная, лексическая, фразеологическая, грамматическая (морфологическая и синтаксическая), текстовая [4].

В рамках нашего исследования мы рассматриваем проявление экспрессивности в публицистическом тексте. Публицистический стиль находит свое применение в сми. Его ключевой особенностью является не просто информирование аудитории, но и активное влияние на нее: формирование определенных взглядов, а также воздействие на интеллектуальную и эмоциональную сферу читателя или зрителя. Вопрос о статусе публицистического стиля в системе английского языка является дискуссионным. Так, И. В. Арнольд отрицает его самостоятельность. Вероятно, она рассматривает публицистику как переходную сферу, которая заимствует черты у других стилей, поэтому она не обладает достаточной однородностью и самостоятельностью [1]. М.Н. Кожина, напротив, включает его в число пяти ключевых функциональных стилей наравне с научным, официально-деловым, художественным и разговорно-бытовым [2].

На основе знаний, полученных после изучения трудов таких лингвистов, как И.В. Арнольд, И.Р. Гальперина и М.Н. Кожиной мы выделили следующие особенности публицистического стиля в английском языке:

1. Характерно преобладание собственных имен. Отмечается повышенное содержание количественных показателей и конкретных датировок. 2. Активное применение устойчивых выражений. 3. Образность и эмоциональная насыщенность изложения. Интенсивное применение эмоционально-экспрессивных языковых средств. 4. Широкое включение социально-политической и экономической лексики. 5. Специфические особенности заголовков. Характерные черты оформления заголовков включают опущение глаголов и артиклей, а также частое применение буквенных аббревиатур. 6. Распространенное использование неличных форм глагола. Активное применение герундиальных, причастных и инфинитивных конструкций. 7. Высокая частотность чужой речи. 8. Доминирование глаголов в настоящем времени.

Для определения основных типов трансформаций, используемых для перевода экспрессивных средств в публицистике нами был произведен предпереводческий анализ материала.

Анализ проводится согласно методологии И. С. Алексеевой и состоит из пяти этапов:

1. Сбор сведений — автор статьи, Чарльз Чу, известный своими работами по повышению продуктивности и личностному росту.

2. Определение источника и реципиента — статья нацелена на людей, заинтересованных в личностном росте, продуктивности, самообразовании и поиске смысла. Это могут быть как студенты, так и молодые специалисты, стремящиеся к самосовершенствованию.

3. Состав и плотность информации — в статье содержится эмоционально-оценочная и когнитивная информация. Плотность — средняя.

4. Коммуникативное задание — убедить читателя в том, что чтение большого количества книг в год вполне реально и доступно каждому, мотивировать к изменению привычек.

5. Речевой жанр — мотивационная статья, публицистический материал по саморазвитию. Включает элементы личного дневника.

Анализ текста Чарльза Чу помог нам выявить несколько переводческих трансформаций, которые помогают адаптировать публицистический стиль для русскоязычной аудитории:

Лексические трансформации:

Культурная адаптация. Оригинал: "average Joe". Перевод: "обычный Дима". В этом примере "Average Joe" — это распространенное английское выражение для обозначения среднестатистического, обычного человека. Переводчик заменил его на типичное русское

мужское имя "Дима", что делает образ более близким и понятным для российской аудитории.

Грамматические трансформации:

Опущение, объединение. Оригинал: "I'd found my dream job. Some days, I would be there, sitting at my dream job, and I would think..."

Перевод: "я устроился на работу своей мечты, но иногда в голове проскакивали мысли:"

В данном примере исходная структура с "would" для описания повторяющегося действия в прошлом в пя значительно уплотнена. "I would be there, sitting at my dream job" не переведено буквально, а его смысл передан контекстуально, поэтому часть предложения «Some days, I would be there, sitting at my dream job...» переводчик опустил.

Прагматические трансформации:

Смысловое усиление, опущение. Оригинал: "taking peeks at the clock and wondering if that was how I was going to die..."

Перевод: "бросал ежесекундные взгляды на часы и думал о смерти..."

"Taking peeks" (бросать быстрые взгляды) в пя усилено до "бросал ежесекундные взгляды", что более ярко передает отчаяние и частоту действия. Фразу "wondering if that was how I was going to die" переводчик трансформировал в более эмоционально сильное "думал о смерти" путем опущения. При этом, ему удалось сохранить мрачную тональность оригинала, но делая ее более лаконичной для русского читателя.

Выявленные трансформации свидетельствуют о том, что переводчик активно перестраивает языковые структуры и смыслы для достижения эквивалентности на уровне восприятия. Экспрессия направлена на передачу субъективного отношения, и эмоционального воздействия, которые редко имеют прямые, универсальные эквиваленты в разных языках. Экспрессивная лексика часто глубоко укоренена в языковой картине мира и культурных ассоциациях исходного языка. Попытка буквального перевода подобных элементов чаще всего приводит к потере образности. Переводчику необходимо не просто перекодировать сообщение, а воссоздать то же эмоциональное и прагматическое воздействие, что требует высокого мастерства в подборе функциональных аналогов. Особенно остро это проявляется в публицистике, где экспрессивность служит ключевым инструментом для убеждения.

Литература:

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка: стилистика декодирования. – Л., 1976. – 303 с.
2. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. – М., 1972. – 224 с.

3. Колбукова И. В. Принципы и методы представления экспрессивной семантики слова в двуязычном словаре: дис. ... канд. филол. наук / И. В. Колбукова. – М., 2007.

4. Тошович Б. Экспрессивный синтаксис глагола русского и сербского/хорватского языков. – М., 2006.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ФРОДА КАК ОСОБОГО ВИДА МЕЖДУНАРОДНОГО МОШЕННИЧЕСТВА В СФЕРЕ ИТ

М. Л. Головина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, 345gml345@gmail.com**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.филол.н., профессор

Статья посвящена дискурсивным особенностям фрода – вида мошенничества в сфере ИТ на английском, французском и русском языках. Исследуются лингвопрагматические, когнитивные, речеповеденческие и психолингвистические механизмы, обеспечивающие манипулятивное воздействие на адресата. Дискурсивный анализ учитывает сложность и многоуровневость речевых стратегий, требующих критического восприятия цифровой информации.

The article is devoted to the discursive features of fraud as a type of deception in the field of information technology in English, French, and Russian. It examines linguopragmatic, cognitive, speech-behavioral, and psycholinguistic mechanisms that ensure manipulative influence on the recipient. The discourse analysis takes into account the complexity and multi-layered nature of speech strategies, which require critical perception of digital information.

Актуальность обусловлена стремительным ростом преступности в информационной сфере и развитием сложных форм международного мошенничества, включая фрод — противоправные действия, направленные на обман интернет-пользователей с целью незаконного получения выгоды. Для манипуляции поведением своих жертв злоумышленники используют психологические, лингвостилистические и другие методы, а также цифровые коммуникационные платформы.

Цель статьи – определить дискурсивные особенности фрода как особого вида международного мошенничества в сфере ИТ и выявить способы психологического воздействия на реципиента.

Для достижения цели исследования необходимо рассмотреть понятие фрода, изучить сущность манипулирования как скрытой формы международного мошенничества, выявить разноаспектные

характеристики фрода, а также по разработанной схеме дискурсивного анализа изучить реальные примеры фрод-коммуникации на материале английского, французского и русского языков.

Методы исследования: синтез и анализ, а также дефиниционный, прагмалингвистический, психолингвистический, лингвостилистический, когнитивно-дискурсивный анализ.

Теоретической базой исследования послужили труды по психолингвистике В.П. Белянина, О.В. Гринцовой и Р. Чалдини, по лингвопрагматике Е.В. Шелестюк, по лингвостилистике Х.С. Шагбановой, по когнитивной лингвистике D. Chong и J.N. Druckenmiller, по дискурс-анализу Т.А. ван Дейки и др.

Материал исследования – фрод-сообщения мошенников в социальных сетях, мессенджерах и электронной почте, т.е. в цифровых коммуникациях на русском, английском и французском языках.

Термин «фрод» охватывает мошенничество и обман с целью получения незаконной выгоды, а также специфические финансовые схемы, например, через банковские карты [2].

Существует несколько видов фрода, различающихся по механизмам воздействия: SMS-атаки (smishing), фишинг по почте (fishing), BEC (Business Email Compromise, мошенничество на сотрудников компании), байтинг (baiting, бесплатная услуга в обмен на личные данные), квидпрокво (quid pro quo, взаимный обмен), претекстинг (pretexting, создание ложного предлога или сценария), голосовой обман (vishing), таргетированный фишинг (whaling, обман конкретных лиц или организации) и имперсонация (impersonation, подражание компании) [8].

В условиях цифровой глобализации ключевую роль играет речевое воздействие, где манипулирование — это его скрытая форма, при которой адресат не осознаёт истинных целей влияния [3]. Эффект формируется за счёт сочетания когнитивных и социальных механизмов (авторитет, дефицит, взаимность, благорасположение, социальное доказательство и последовательность) [4].

Лингвостилистическая реализация фрода включает императивные и модальные глаголы, эмоционально окрашенную лексику, пассивные конструкции и гибриды официального и разговорного стилей [6]. Также активно используется персуазивность (способность текста убеждать) и суггестивность (скрытое навязывание действий). Данные приёмы создают ощущение срочности и достоверности, снижая критическое восприятие жертв мошенников.

Фрод представляет собой сложную систему речевого воздействия, требующую дискурсивного анализа, включающего контекстно-целевой, лингвопрагматический, когнитивный и интерпретационно-оценочный

этапы. В ходе исследования были найдены большинство видов фрода на материале трёх языков, включая смишинг, фишинг, имперсонация, ВЕС, претекстинг, квипрокво и байтинг. Рассмотрим некоторые из них.

(1) **Фишинг** — интернет-мошенничество для получения паролей, номеров банковских карт и учётных данных: *Chère Cliente, Cher Client, Nous sommes au regret [...]. Dans l'attente d'une suite favorable, nous vous invitons a régler les frais de votre abonnement dans les plus brefs délais dans un de nos magasins ou sur votre espace client en cliquant sur le lien ci-dessous. Vous disposez de 48h pour régler votre facture, dans le cas où votre facture n'est toujours pas réglée, votre abonnement sera automatiquement resile* [8]. В данном сообщении мошенник заставляет клиента оплатить долг или ввести платёжные данные. Кроме того, здесь сочетается вежливая формальная лексика (*Chère Cliente, Nous sommes au regret*) с акцентом на срочность (*48h, dans les plus brefs délais*). Психологический эффект — тревога и готовность действовать, тип воздействия — запугивание.

(2) **Смишинг** — вид мошенничества с использованием SMS для кражи данных, денег или установки вредоносного ПО, играя на эмоциях жертвы (страх, срочность, любопытство): *ЕСМС 20/09/2018 12:25:59. Оплата покупки с Вашей банковской карты на сумму 13390 RUB выполнена успешно / OZON.RU. Платёж будет выполнен в течение суток. Если Вы не совершали данный платеж, просьба обратиться в отдел финансовой безопасности банка по телефону* [9]. Цель письма — побудить пользователя позвонить по указанному номеру. Здесь есть упоминание реальной компании (OZON) и конкретной суммы платежа, а также точной даты и времени, что усиливает тревогу и доверие у жертвы; применяется персуазивная стратегия при помощи комиссивных элементов с пассивной конструкцией («платёж будет выполнен»). Когнитивный механизм: авторитет, благорасположение. Тип психологического воздействия: принуждение через тревогу, эмоциональное (утешение).

(3) **Квипрокво** — вид мошенничества, при котором хакер предлагает жертве услугу или «вознаграждение» в обмен на информацию. *Чтобы получить выигрыш 6 000 000 Р деньгами, положите на QIWI-кошелек 92 500 Р за перевод всей суммы на вашу карту* [9]. В данном сообщении мошенник побуждает жертву перевести деньги под предлогом получения крупного выигрыша. Используются элементы официального стиля (точные суммы, упоминание QIWI-кошелька) и директивный элемент («положите»). Когнитивный механизм — взаимность (обмен). Психологический эффект — доверие; тип речевого воздействия — эмоциональное (соблазнение через обещание выигрыша).

(4) **Байтинг** – мошенничество, при котором жертве предлагают бесплатные услуги в обмен на личные данные: **SOCIELE GENERALE. Découvrez le Pass Sécurité. Afin de prévenir l'utilisation frauduleuse des cartes bancaires sur Internet, la Société Générale est dotée d'un dispositif de contrôle des paiements. Ce service est entièrement gratuit. Notre système a détecté que vous n'avez pas encore activé le Pass Sécurité. Cliquez ici pour activer ce service** [8]. В этом сообщении мошенник склоняет получателя перейти по ссылке и ввести личные данные под предлогом активации «Pass Sécurité» бесплатно. Используются официально-вежливый тон и элементы доверия (*entièrement gratuit*), ассертивные элементы (*Notre système a détecté*), ссылаясь на известный бренд Société Générale. Психологический эффект — чувство защищённости и доверия; тип речевого воздействия — внушение через заботу.

(5) **Имперсонация** – подделка личности, например, представление себя сотрудником компании: **Уважаемый налогоплательщик! Осушествлен перерасчет. Обязательно ознакомьтесь с начислениями в документе по ссылке: <http://es.pfrf.ru/loadfiles/7991-11-08> Мельников Иван Сергеевич Пенсионный фонд Российской Федерации** [5]. В данном сообщении мошенник, а именно сотрудник Пенсионного фонда, побуждает адресата перейти по ссылке под предлогом ознакомления с перерасчётом. Используется официальный тон, вежливое обращение и атрибуты достоверности (ФИО, упоминание Пенсионного фонда). Психологический эффект — доверие и ощущение обязанности выполнить требуемое действие; тип воздействия — информирование.

(6) **БЕС (Business Email Compromise)** – это мошенничество через электронную почту, направленное на сотрудников компании для перевода средств: **Subject: Urgent: bank account change. Hi Alice, I changed my bank and need to put the new bank details on payroll. Please confirm if you are able to effect it right away. Bank: BANK OF GOTHAM** [6]. В данном сообщении мошенник пытается убедить сотрудника внести изменения в платёжные реквизиты, выдавая себя за коллегу. Используются элементы срочности (*Urgent, right away*) и доверительный тон деловой переписки. Психологический эффект — тревога; тип воздействия — аргументация (пояснение для чего нужны данные).

Так, комплексный анализ фрод-сообщений выявил универсальные коммуникативные стратегии – давление через срочность, формирование доверия и использование давления через речевые акты и модальные выражения. В то же время стиль и эмоциональные оттенки варьируются: страх и авторитет доминируют в русскоязычных текстах, рациональность и формальность – в английских, а вежливость и благорасположение – во французских. Однако все три языка преимущественно используют

принцип авторитета к компании или представителю компании (21,7%), а также срочность и дефицит (26,1%). Основные типы речевого воздействия – запугивание и информирование. Результаты анализа отражают универсальность психологических механизмов фрода при их адаптации к языковым особенностям, подчеркивая необходимость комплексного дискурсивного анализа с целью эффективного распознавания и противодействия международному мошенничеству.

Литература:

1. Как распознать письма от мошенников [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/kak-raspoznat-pisma-ot-moshennikov/#anchor-8> (дата обращения: 10.11.2025).
2. Словарь терминов по информационной безопасности: Академия информационных систем [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.infosystems.ru/library/glossary/slovar-terminov-po-informatsionnoy-bezopasnosti/> (дата обращения: 10.11.2025).
3. Ушакова Т. Н. (ред.). Психолингвистика: учебник для вузов / под ред. Т. Н. Ушаковой. — М.: ПЕР СЭ, 2006. — С. 307.
4. Чалдини Р.Б. Психология влияния [Электронный ресурс]. - URL: <https://trinity-mission.ortox.ru/files/2016/03/Chaldini-Psihologiya-vliyaniya.pdf> (дата обращения: 10.11.2025).
5. Что делать, если мошенники звонят от имени банка? [Электронный ресурс] // iPhones.ru — 2025. — URL: <https://www.iphones.ru/iNotes/647885> (дата обращения: 10.11.2025).
6. Что такое BEC-атака и как от неё защититься [Электронный ресурс] // Kaspersky Daily. — URL: <https://www.kaspersky.ru/blog/what-is-bec-attack/27623/> (дата обращения: 10.11.2025).
7. Шагбанова Х.С. Языковые средства речевого манипулирования // Теории и проблемы политических исследований. — 2020. — Т. 9, № 5А. — С. 72–80.
8. Les exemples les plus communs d'emails de phishing [Электронный ресурс]. - URL: <https://blog.usecure.io/fr/les-exemples-les-plus-communs-demails-de-phishing> (дата обращения: 10.11.2025).
9. Smishing — что это такое? [Электронный ресурс]. - URL: https://t-j.ru/smishing/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 10.11.2025).
10. Social engineering [Электронный ресурс]. - URL: <https://am.news/worlds/socialengineering.pdf> (дата обращения: 10.11.2025).

ОБРАЗОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЖАНРА ФЭНТЕЗИ НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

А. И. Гостева

Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, gosteva.alina@icloud.com

Научный руководитель: Фецелова Е. С., ст. преп. кафедры ИЯ ГФ

В данной статье рассматриваются неологизмы романа Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и Узник Азкабана» на французском языке, в переводе Жан-Франсуа Менар, а также анализируется их роль и функции в создании уникального мира фэнтези.

This article examines the neologisms in J. K. Rowling's novel «Harry Potter and the Prisoner of Azkaban» in French, translated by Jean-François Menard, and analyzes their role and functions in creating a unique fantasy world.

Язык – это живая система, которая постоянно меняется: одни слова устаревают, другие появляются. Если устаревшие лексические единицы уже зафиксированы в словарях прошлых эпох, то новые слова – неологизмы – требуют особого внимания.

Неологизмы, как естественные продукты языковой эволюции, служат для обозначения новых реалий и обогащения выразительных средств. На сегодняшний день, не существует единственного, универсального определения термина «неологизм». Однако, исходя из различных подходов, неологизм можно рассматривать лексическую единицу, относительно новую для языковой системы и её носителей. Она находится в процессе освоения, ещё не приобрела статуса привычной и повседневной, и часто служит для наименования новых реалий или концепций, возникающих в языке путём внутреннего словообразования или заимствования. Изучение неологизмов имеет ключевое значение для понимания динамики развития языка, его способности адаптироваться к изменяющемуся миру и отражать его.

В художественной литературе, особенно в фэнтези, как в серии "Гарри Поттер", они играют фундаментальную роль в создании уникальных миров, их атмосферы, культурной специфики и эмоционального воздействия на читателя.

Изучение неологизмов, несмотря на отсутствие единой лингвистической классификации, позволяет осознать динамику развития языка и его способность адаптироваться к меняющейся реальности. Типология С.И. Алаторцевой, основанная на пяти параметрах, таких как форма, степень новизны, способ номинации, отношение к языку – речи,

продолжительность существования, наряду с другими подходами, раскрывает, как язык решает задачи номинации новых реалий [1].

Лингвисты В.И. Заботкина и Н.Н. Королёва предложили дополнительную классификацию неологизмов, разделяя их по: а) типу номинации (собственно неологизмы, трансноминации, семантические инновации) и б) способу образования (фонологические, заимствования, семантические, синтаксические – морфологические и фразеологические) [3].

Анализ, проведенный на материале французского перевода "Гарри Поттер и узник Азкабана", выявил, что наиболее распространенными способами образования неологизмов являются заимствование (36%) и словосложение (33%). Менее часто, но также значимо используются аффиксальное словообразование (13%) затем аббревиатура (6%). Наименее распространенными способами оказались конверсия, фонологическое, фразеологическое и семантическое словообразования по 3 % (12%).

Неологизмы, являясь не только средством номинации новых реалий, но и отражением развития языка, выполняют разнообразные функции как на уровне языковой системы (номинативная, компрессивно-информативная, когнитивная, обобщающая, дифференцирующая, диагностирующая), так и на уровне речевой коммуникации (экспрессивная, эвфемистическая, дисфемистическая), демонстрируя адаптивность и многогранность языка [8].

В художественном тексте эти функции приобретают особое значение, поскольку неологизмы, утрачивая свою новизну по мере широкого употребления, выступают как средство воздействия на адресата через выразительность и эмоциональное влияние, способствуют раскрытию авторской индивидуальности (стилеобразующая функция) [2], а также служат для передачи эмоционального отношения (эмотивная функция) [5] и реализации коммуникативной стратегии автора [4].

Эти неологизмы выполняют многогранные функции: они создают эмоциональный эффект, от юмористического до драматического, передают культурные и социальные аспекты вымышленного мира, и формируют культурную идентичность волшебного сообщества, делая мир запоминающимся и обогащая повествование. Языковые инновации Дж. К. Роулинг, воплощенные в неологизмах, играют фундаментальную роль в формировании уникального и захватывающего мира Гарри Поттера, глубоко раскрывая его историю, культуру и сущность, а их систематизация по категориям (места, существа, заклинания и т.д.) демонстрирует их комплексность и многогранность.

Таким образом, неологизмы – это не просто лексическое обогащение. Они являются динамичным фактором языкового развития и мощным инструментом художественного творчества, способным создавать убедительную, живую и самодостаточную реальность, делая читателей активными участниками волшебного мира.

Литература:

1. Алторцева С.И. Проблемы неологии и русская неография: диссертация ... доктора филол. наук: 10.02.01. / С. И. Алторцева; Санкт-Петербург – 1998. – 317 с.
2. Виноградов В.В. Словообразование в его отношении к грамматике и лексикологии // Исследования по русской грамматике. – М., Наука, 1975. - 371 с.
3. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. - 126 с.
4. Кабанова Н.И. Основы лексикологии английского языка для студентов V курса заочного отделения. 2-е изд., доп. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2013. – 168 с.
5. Коммуникативные аспекты значения: Межвуз. сб. науч. работ / Волгогр. гос. пед. ин-т им. А. С. Серафимовича; [Отв. ред. В. И. Шаховский]. - Волгоград: ВГПИ, 1990. - 175 с.
6. Розенталь Д.Э. Справочник по русскому языку // Практическая стилистика. – М., Оникс, 2001. – 528 с.
7. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
8. Чо Д.Д. Функционирование неологизмов в языке газеты / Д.Д. Чо // Russian Language Journal. – 2008. – С. 132-157.

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ АМЕРИКАНСКОГО ТРЕВЕЛ–БЛОГЕРА

Д. О. Денисова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, daraden2306@gmail.com

Научный руководитель: Онал И. О., к. филол. н., доцент

В статье анализируются особенности речевого портрета современного американского тревел-блогера Morgan Venn. Определяются основные концептуальные доминанты тревел-дискурса и языковые средства, формирующие доверительный и мотивационный тип коммуникации блогера с аудиторией.

This article analyzes the speech patterns of contemporary American travel blogger Morgan Venn. It identifies the key conceptual dominants of travel discourse and the linguistic tools that shape the blogger's trusting and motivational communication with her audience.

Современная цифровая среда превратила блогерство в одну из ключевых форм публичной коммуникации. В интернет–пространстве личность реализуется через создание контента, синтезирующего вербальные и визуальные компоненты. Блогер как современный медиакоммуникатор совмещает роли автора, редактора и продюсера, а его речевые практики отражают не только индивидуальные особенности, но и актуальные культурные и коммерческие тенденции.

Цель настоящего исследования – выявление особенностей речевого портрета американского тревел–блогера.

Материалом исследования послужили публикации и видеопосты американского тревел–блогера Morgan Venn, размещённые на платформе YouTube в 2023–2025 гг.

Тревел–блог – это мультимодальный медиажанр, в котором автор систематически публикует вербальные и невербальные (видео, фотографии, музыка, субтитры, графика) сообщения о путешествиях; цель жанра – одновременно информировать (маршруты, цены, советы), вдохновлять (оценочные описания, визуальный эффект) и развлекать (сторителлинг, личные эпизоды). Характерные признаки тревел–блога: мультимодальность, практическая направленность (советы и рекомендации), высокая оценочность и частые призывы к действию (подписаться, перейти по ссылкам) [3].

Под «речевым портретом» понимается совокупность устойчивых языковых и паравербальных маркеров, которые репрезентируют языковую личность в данных коммуникативных обстоятельствах – то есть те признаки речи, через которые складывается представление об авторе как коммуникаторе [4, 5]. В работе мы опираемся на модель языковой личности, предложенную Ю. Н. Карауловым и включающей следующие уровни: (1) вербально–семантический (лексико–грамматические единицы и паттерны), (2) лингво–когнитивный / тезаурусный (концепты и доминанты), (3) мотивационный / прагматический (коммуникативные намерения, стратегии) [4].

Для анализа речевого портрета мы также используем пять принципов, предложенных в исследовании Б.Л. Бойко [2]:

- Рассматривать речь в контексте личности и ситуации.
- Искать экспрессивные (эмоциональные) элементы.
- Помнить, что речь в материале – только часть общего репертуара человека.

- Сопоставлять вербальные и невербальные проявления.
- Моделировать речевой портрет как живую, а не статичную систему.

В ходе анализа эмпирического материала было выявлено, что лексика американского трэвел-блогера преимущественно состоит из простых, повседневных слов и выражений, что делает её доступной для широкой аудитории. Используются фразы, характерные для разговорного стиля: «*Let's go!*», «*This is amazing!*», «*You should definitely try this*». Синтаксически речь построена на коротких, простых предложениях, что облегчает восприятие и делает повествование динамичным. На грамматическом уровне преобладают формы настоящего времени и повелительного наклонения. Анализ фонетической стороны речи блогера позволяет заключить, что блогер говорит чётко, с нейтральным акцентом, что способствует пониманию даже для не-носителей языка.

На уровне слов и фраз речь Morgan Venn отличается простотой, эмоциональностью и разговорной окраской. В речи блогера часто встречаются следующие выражения:

- *so good, absolutely gorgeous, super fun, amazing* – лексемы и словосочетания, содержащие эмоциональную оценку и создающие позитивный фон;
- *you guys, kind of, actually* – разговорные маркеры, делающие речь непринуждённой и дружеской;
- *make sure to subscribe, link in the description* – призывы к действию, характерные для блогеров.

Контент-анализ речевого поведения блогера позволяет выделить три ключевых концепта, формирующих основу её коммуникации. Центральным является концепт **путешествия как личного опыта**, что проявляется в акцентировании субъективных впечатлений, например: *I was so excited for my first time ever in Naples*. Важное место занимает концепт **свободы и лёгкости**, реализующийся через упоминание ценностей независимости и минимализма: *I only brought a backpack for a week, and I kind of pride myself in that*. Также значимую роль играет концепт **красоты и вдохновения**, выражающийся через эмоционально насыщенные оценки окружающей среды: *The vibes were just so fun and immaculate*. Эти три концепта образуют взаимосвязанную систему, где путешествие предстаёт как глубоко личный, эмоционально окрашенный опыт, сочетающий свободу самовыражения с эстетическим восприятием мира.

С прагматической точки зрения, блогер использует приемы, направленные формирование определенного отношения к контенту. Это проявляется в прямых обращениях к зрителю, использовании

риторических вопросов. Такие фразы, как *What do you think?* или *Isn't this incredible?*, стимулируют аудиторию к мысленному диалогу. Акцент на исключительности рекомендуемых мест и впечатлений способствует созданию доверительных отношений со зрителем, что является ключевым для жанра тревел-блога.

Стилистическая сторона речи блогера также соответствует жанру тревел-блога: она отличается эмоциональностью, образностью и непринужденностью. Для усиления выразительности используются эпитеты и сравнения, например: *This place feels like a dream* или *The view is breathtaking*. Эти приемы делают повествование более ярким и способствуют лучшему запоминанию контента. Так как блог ориентирован на широкую аудиторию, в нем избегают узкоспециальной лексики и сложных терминов, что обеспечивает легкость восприятия.

Мультимодальный анализ – исследование, учитывающее взаимодействие разных каналов коммуникации (речи, изображения, звука, монтажа) – позволяет выявить, как вербальная составляющая дополняется визуальным рядом [1]. Анализ показывает, что видео блогера отличаются высоким качеством изображения, яркой картинкой и умеренным монтажом. В кадре чередуются пейзажи, люди, детали, что делает видео динамичным и интересным. Вставки фото, текста, музыки и склейки используются для поддержания внимания и подчеркивания ключевых моментов. Также сама блогер спокойно ведет себя в кадре: нет активной жестикуляции, мимика сдержана.

Проведенный анализ позволяет составить комплексный речевой портрет американского тревел-блогера Morgan Venn.

На вербально-семантическом уровне речь блогера характеризуется доминированием разговорной лексики, простых синтаксических конструкций и эмоционально-оценочных выражений, что обеспечивает легкость восприятия контента.

На лингвокогнитивном уровне в основе речевого портрета блогера лежат три главные темы: личный опыт путешественника, ценность свободы и легкости, а также восхищение красотой окружающего мира.

На прагматическом уровне реализуются стратегии персонального вовлечения (использование местоимений *we/ you*, риторические вопросы), доверительной рекомендации (акцент на личном опыте) и побуждения (вставки с призывами к действию). Данные стратегии направлены на укрепление связи с аудиторией, формирование сообщества и мотивацию к совершению целевых действий (подписка, переход по ссылкам).

Таким образом, речевой портрет Morgan Venn представляет собой сбалансированное сочетание доступности, эмоциональной искренности

и прагматической выстроенности, позволяющее эффективно транслировать ценности и воздействовать на широкую аудиторию в рамках жанра тревел-блогинга.

Литература:

1. Байкова А. В. Мультимодальный дискурс–анализ как один из методов коммуникативно–прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2022. – С. 230–234.

2. Бойко Б. Л. Принципы моделирования речевого портрета носителя социально–группового диалекта (к проблеме создания речевого портрета человека на войне) // Армия и общество. М.: НИЦ Наука–XXI, 2008. № 2. – С. 114–121.

3. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет–коммуникации: автореф. Дис. Горшкова Е. И. канд. филол. наук: Санкт–Петербург. 2013. – 24 с.

4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность: учебное пособие. – М.: ЛКИ, 2010. – 263 с.

5. Крашенинникова А. А. Языковые средства в туристическом блоге как коммуникативный способ воздействия. Московский городской педагогический университет, Гуманитарный научный вестник. 2020. №12. – С. 96–102.

ЭКСПРЕССИВНАЯ КОЛЛОКАЦИЯ КАК ЕДИНИЦА ЯЗЫКА И РЕЧИ

Л. Ш. Джабиева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Kulieva-98@list.ru**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.фил.н., профессор

Настоящая статья представляет собой лингвистическое исследование экспрессивных коллокаций в русском языке с позиций современной комбинаторной лингвистики. В центре нашего внимания находится дифференциация и анализ узуальных и окказиональных экспрессивных коллокаций представляющие собой мощное средство передачи разного спектра эмоций. Данная статья направлена на выделение критериев экспрессивных коллокаций, а также приведены примеры данных языковых единиц, разграничивающихся на окказиональные и узуальные.

This article is a linguistic study of expressive collocations in the Russian language from the standpoint of modern combinatorial linguistics. Our focus is on the differentiation and analysis of usual and occasional expressive collocations which represent a powerful means of transmitting a different spectrum of emotions. The article

aims to highlights the selection criteria of expressive collocations and also gives examples of these linguistic units, distinguishing between occasional and usual.

В современной лингвистике довольно много посвящается работ изучению сочетаемости лексических единиц. Так, функционирование языковых единиц в речи осуществляется посредством сочетаемости. В настоящей работе мы фокусируемся на экспрессивных коллокациях, являющимися одной из важнейших единиц языка и речи. С помощью такого типа коллокаций говорящий может передавать различный спектр эмоций и воздействовать тем самым на реципиента.

Актуальность данного исследования – необходимость изучения и описания экспрессивных коллокаций как единиц языка и речи, с помощью которых передается различный спектр эмоций и оценка.

Цель данной работы – разграничить экспрессивные коллокации на единицы языка (узуальные) и единицы речи (окказиональные) и разделить их по частоте употребления на узуальные.

Экспрессивные коллокации представляют собой особый вид комбинаторно обусловленных фразеологических единиц, характеризующихся выраженной коннотативной составляющей, включающей эмоциональность, экспрессивность, оценочность и другие прагматические компоненты [4], например: *пилить на автобусе, незваный гость, нестерпимая боль* и т.п.

Далее, целесообразным является выделение критерий данного типа коллокаций:

- 1) наличие эмоциональной функции (а именно, выражение эмоций), функции воздействия на реципиента и наличие оценочной функции;
- 2) наличие у коллокации эмоционально-экспрессивного оттенка;
- 3) принадлежность коллокации к разговорной лексике;
- 4) окказиональность или узуальность;
- 5) зависимость от контекста [3].

В нашем исследовании мы даем следующее определение экспрессивным коллокациям – это «коннотативно окрашенные единицы, которым бывает свойственна окказиональность и/или креативность как проявление эмотивности, экспрессивности, оценочности, образности и других экспрессивных компонентов значения при выражении каких-либо негативных чувств в контексте ситуации» [3].

Следовательно, эти языковые конструкции, созданные с целью эстетического воздействия на реципиента (будь то слушатель, собеседник или читатель), служат для передачи не только языковых, или узуальных лексических единиц (*endless arguments, reckless action*), но и речевых, или индивидуально-авторских единиц (*indisputable wisdom*,

solemn dignity), выражающие личные ощущения и эмоции, связанные с каким-то конкретным объектом, явлением или событием.

Принципом разграничения экспрессивных коллокаций на узуальные и окказиональные является частота их употребления.

Исходя этого, на уровне языка данный тип коллокаций представляет собой устойчивые и воспроизводимые единицы, обладающие особой семантикой, структурой и наличием коннотативного компонента (экспрессивность, оценочность, интенсивность, образность). Узуальные коллокации – это «словосочетания, которые активно и широко употребляются носителями языка, являются следствием сложившейся языковой традиции, но, как правило, не зафиксированы в нормативных словарях» [2]. Например, узуальные экспрессивные коллокации в русском языке: *закатить истерику, испытывать испанский стыд, лить крокодиловы слезы, горячий спор, мрачные мысли, нести чушь, прийти в ярость, закатить скандал, адская боль, искрометный юмор, непроглядная тьма, смертельная скука, горька правда, сладкая ложь, беспробудно пьян, гробовая тишина*.

На уровне речи экспрессивные коллокации актуализируются в различных коммуникативных ситуациях, выполняя прагматическую функцию, тем самым воздействуя на адресата для получения перлокутивного (желаемого) эффекта.

Окказиональность экспрессивных коллокаций вызвана такими факторами, как: 1) тематика (где предмет или тема обсуждения может влиять на окказиональность экспрессивных коллокаций); 2) предполагаемый эффект; 3) контекстуальные ограничения (контекст может способствовать окказиональности экспрессивной коллокации) и 4) культурные и социальные нормы (в различных лингвокультурах используются специфичные коллокации, используемые в зависимости от ситуации) [5].

Приведем примеры окказиональных экспрессивных коллокаций: *возлюбленная тишина, горестная радость, мягкий свет, маленькая радость, свежий хлеб, слепой ветер, дремучая жизнь, бетонное небо, звенящая тишина, желтые звезды, чудить чудеса, запах увяданья, пожилая мудрость, вздыхать кирпичами, огненное счастье, катиться колбаской, кислое счастье, головокружительная тоска*.

Основной функцией экспрессивных коллокаций является не только репрезентация эмоционально окрашенных переживаний, но и формирование определённого восприятия объекта у адресата. Эти языковые единицы способствуют созданию привлекательного или, напротив, отталкивающего образа предмета или явления, что позволяет

автору эффективно воздействовать на эмоциональную и когнитивную сферу реципиента.

Можно утверждать, что экспрессивные коллокации играют важную роль в формировании индивидуального стиля автора и служат инструментом для достижения коммуникативных целей, включая эстетическое воздействие и передачу субъективного восприятия реальности.

Экспрессивные окказиональные коллокации представляют собой индивидуально-авторские выражения, в которых нарушается лексико-семантическая сочетаемость и которые активно используются в художественной, поэтической и публицистической речи для передачи нестандартных значений [1]. Среди них: *забисерить в окна* (Ю. Нагибин); *глушь куропатчатая* (И. Северянин); *рукопашная лазурь* (О. Мандельштам); *красногалстучные калеки* (Е. Евтушенко); всеглобально известный (В. Высоцкий); *flash crowd / вспышка-толпа* (L. Niven); *fog-threatening evening / туманопугающий вечер* (J. Fowles); *poltergeist-tossed trash / брошенный полтергейст-мусор* (J. K. Rowling).

А. В. Коршунова дает следующее определение экспрессивным окказиональным коллокациям – это «тип уникальных словосочетаний, принадлежащих конкретному автору и созданных на основе нарушения лексико-семантической сочетаемости, в целях произведения особого впечатления» [6].

Важно подчеркнуть, что характеристиками речевых, или окказиональных экспрессивных коллокаций является:

1) низкая частотность (т. е. они воспроизводятся здесь и сейчас в речи говорящего), нарушение нормы (они создаются путем намеренного или интуитивного нарушения норм лексической сочетаемости или стилистики);

2) контекстуальная обусловленность (их смысл и степень экспрессивности зависят от контекста сложившейся ситуации);

3) новизна (они обладают необычностью и неповторимостью).

Соответственно, характеристиками языковых, или узуальных экспрессивных коллокаций, является:

1) высокая частотность (часто встречаются в речи говорящих или в различных текстах);

2) воспроизводимость (они заложены в подсознании у носителей того или иного языка и воспроизводятся как готовые языковые единицы);

3) закрепленный коннотативный компонент (оценочность, эмоциональность, образность и т.д.);

4) фиксированность (при замене одного компонента коллокации теряется экспрессивность всей коллокации).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что экспрессивные коллокации могут быть как узуальными, так и окказиональными.

Узуальные экспрессивные коллокации отличаются своей высокой частотностью, поскольку регулярно встречаются и используются носителями языка, тогда как окказиональные обладают низкой частотностью благодаря тому, что создаются в момент речи и являются уникальными. Также, окказиональные экспрессивные коллокации чаще всего нарушают принятые нормы лексической сочетаемости, в то время как узуальные, наоборот, являются стандартными и соответствуют этим нормам.

Таким образом, основополагающим критерием для дифференциации экспрессивных коллокаций на узуальные (единицы языка) и окказиональные (единицы речи) следует считать их частотность в употреблении, которая является фундаментальным индикатором, позволяющим классифицировать экспрессивные коллокации и выявить их статус в системе языка.

Литература:

1. Влавацкая М. В. Комбинаторная лексикология: функционально-семантическая классификация коллокаций / Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2015. № 11(53): в 3-х ч. Ч. I. С. 56-60.
2. Влавацкая М. В. Сочетаемость слов: норма и ее нарушение // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (40). Ч. 3. С. 66-70.
3. Влавацкая М. В., Джабиева Л.Ш. Ситуационно-фрустрационный дискурс как объект лингвистического исследования (на материале русского и азербайджанского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18, вып. 1. – С. 233–241.
4. Влавацкая М. В., Рахметова Е. С. Традиционные vs экспрессивные коллокации русского и английского языков как предмет изучения комбинаторной лексикологии // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №7. С. 225-230. - DOI: 10.30853/filnauki.2020.7.44.
5. Джабиева Л. Ш. Окказиональность экспрессивных коллокаций в английском языке / Л. Ш. Джабиева. – Текст: электронный // 52 Международная научная филологическая конференция имени Людмилы Алексеевны Вербицкой: сб. тез., Санкт-Петербург, 19–26 марта 2024 г. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2024. – С. 845–846.
6. Коршунова А.В., Влавацкая М.В. Окказиональные коллокации и способы их образования // Вестник Тюменского государственного

АКТИВИЗАЦИЯ ФАКТОРА АДРЕСАТА ВО ФРАНЦУЗСКОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

А. А. Ибрагимова

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск, ibragimovaanzhelica@yandex.ru

Научный руководитель: Фёфелова Е. С., ст. преп. кафедры ИЯ ГФ

В данной статье рассматриваются лингвистические и прагматические средства активизации фактора адресата на материале современных французских рекламных текстов. Анализируются ключевые средства, направленные на трансформацию пассивного получателя информации в активного участника коммуникации, а также их роль в повышении эффективности рекламного воздействия.

This article examines the linguistic and pragmatic means of activating the addressee factor based on modern France advertising texts. The analysis focuses on the key strategies aimed at transforming a passive information recipient into an active communication participant, as well as their role in enhancing the effectiveness of advertising texts.

Современная французская реклама – это сложная система, где главным условием эффективности является ориентация на адресата. Успешное рекламное сообщение невозможно без учета фактора адресата, то есть целого набора социальных, культурных и психологических характеристик потенциального покупателя [5]. Главная цель рекламного текста – активизировать адресата, перевести его из состояния простого наблюдателя в состояние вовлеченности, когда он начинает активно думать, чувствовать и взаимодействовать с брендом [4]. Анализ конкретных примеров помогает увидеть, как это работает на практике с помощью нескольких основных стратегий. Проанализировав работу Солдовниковой А.Н. «Основные способы воздействия в социальной рекламе», можно выделить пять основных стратегий воздействия на адресата во французском рекламном тексте [2].

Стратегия персонализации и диалогизации. Как отмечает Е.В. Арискина, ориентированность на адресата проявляется в том, что язык рекламы подстраивается под ожидания аудитории [1]. Данная стратегия помогает преодолеть безличность рекламы и создать ощущение прямого разговора с потребителем.

Использование местоимений «Tu» и «Vous» является одним из классических примеров данной стратегии. К примеру, слоган бренда косметики L'oreal Paris: «Parce que vous le valez bien» («Потому что вы этого достойны»). Местоимение «Vous» здесь не только выражает уважение, но и создает образ адресата как уверенного человека, который знает себе цену [3]. В то же время, бренда, ориентирующиеся на молодежь, часто используют «Tu». Это создает более неформальный, дружеский тон и дает почувствовать принадлежность к группе.

Также одной из характеристик данной стратегии воздействия являются риторические вопросы. Например, вопрос в рекламе воды Evian: «Et vous, vous buvez quoi?» («А вы что пьете?»). Это отличный приме, чтобы активизировать адресата. Данный вопрос заставляет потребителя задуматься, правильный ли он сделал выбор. И именно это влияет на него, привлекает внимание к рекламе и убеждает купить данный продукт.

Стратегия идентификации и апелляции к ценностям. Во французской рекламе часто можно увидеть культурные и нравственные ценности. Это вызывает в потребителе дух патриотизма и привлекает к покупке данного бренда [5].

Ярким примером данного приема может служить кампания сыра «Président» с слоганом «Le goût de la France» («Вкус Франции»). Здесь сыр предстает как символ национальной гордости. И потребитель, купивший данный продукт, считает себя одним целым с французской культурой. Так же, как и бренд автомобилей Renault, который в своей рекламе часто обращает внимание на французское качество и новым технологическим функциям, позволяя потребителю ощутить гордость за отечественного производителя. Слоган автомобильной кампании Renault «Renault – la vie avec passion» («Рено – страсть к жизни») является одним из примеров данной стратегии, символизируя свободу страсть и ценность жизни. Бренд продает не автомобиль, а определенный стиль жизни и мировоззрение, с которым покупатель хочет себя ассоциировать.

Стратегия эмоционализации. Эмоционализация является ключевым элементом многих французских рекламных кампаний, особенно в сегменте товаров и парфюмерии премиум класса. Эта стратегия напрямую работает на формировании вовлеченности через создание сильных эстетических переживаний [2]. Она создает особую атмосферу и историю в рекламе. К примеру, ролики Dior или Channel похожи на короткие фильмы. Визуальный ряд, музыка и постановка создают атмосферу роскоши, изыска и мечты. Духи позиционируются не просто как аромат, а как воплощение идеала, атрибут прекрасной жизни.

Это все подкупает потребителя, заставляя его приобрести данный продукт.

Стратегия аргументации и рационализации. В противовес эмоциям, стратегия аргументации обращается к логике и разуму, давая адресату веские основания для выбора. Это особенно важно для рекламы товаров для здоровья, фитнеса или технологий. Также одной из особенностей данного приема является апелляция к чему-либо. Например, в данном случае фраза «Découvrez le bien-être digestif» («Просыпайся с ощущением легкости») в рекламе йогуртов Activia (Danone) является призывом к здоровому образу жизни. Она апеллирует к авторитету правильного питания, создавая у адресата ощущение легкости, надежности и обоснованности выбора. Для сегмента аудитории, заботящийся о здоровье, этот аргумент является одним из важнейших.

Стратегия игры и креатива. Отличительной чертой французской рекламы служит любовь к стратегии игры, которая превращает просмотр рекламы в интеллектуальную задачу. Чертой данной стратегии является игра слов. К примеру, слоган банка BNP Paribas «La banque d'un monde qui change» («Банк мира, который меняется») построен на многозначности слова «monde» (мир, общество, окружающая среда). Такая игра не только делает слоган запоминающимся, но и представляет бренд как современный и многогранный, что соответствует образу адресата как умного и образованного человека [3].

Проведенный анализ показывает, что активизация адресата во французском рекламном тексте – это продуманная система, которая привлекает потребителей различными способами. Существует пять основных стратегий: персонализация, идентификация, эмоционализация, аргументация и креативная игра. Работая вместе, они воздействуют на эмоции, чувствах и поступках человека. Эти стратегии делают французскую рекламу успешной, показывая то, как она влияет на создание потребителей и привлекает внимание яркими слоганами. Это позволяет находиться в прочных, доверительных отношениях с потребителем и достигать высоких результатов в сфере маркетинга.

Литература

1. Арискина О. Л. Адресатная ориентированность как свойство дискурса // Политическая лингвистика. – 2015. - №2 (52). – С. 22-28.
2. Солдовникова А. Н. Основные способы воздействия в социальной рекламе (на материале французского и русского языков) // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2010. - № 128. – С. 137-145.

3. Тобоева А. С. Имидж адресата в рекламном тексте как объект лингвистического исследования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2010. – Т. 12, №6. – С. 320-324.
4. Тюрина С. Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2009. – Вып. 35. – С. 144-148.
5. Шахлои М. Рекламный текст и его особенности // Мировая наука. – 2018. - №5 (14). – С. 1312-1316.

ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА КРИТИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ ТАКЕРА КАРЛСОНА ОБ АМЕРИКАНСКОЙ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ В ТОК-ШОУ TURCKER CARLSON TONIGHT

В. А. Кирюшина, М. В.Влавацкая

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, vldk_812@mail.ru**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.филол.н., профессор

Статья посвящена выделению языковых особенностей в критических комментариях Такера Карлсона о внешней политике. Особое внимание уделяется лексическим, грамматическим и стилистическим средствам, служащим также инструментом формирования общественного мнения и идеологического влияния.

The article examines the linguistic features of Tucker Carlson's critical commentary on foreign policy. Special attention is paid to lexical, grammatical, and stylistic devices that function as tools for shaping public opinion and exerting ideological influence.

В современном медиапространстве политическое ток-шоу – это одна из ключевых форм публичной коммуникации, где критика становится инструментом влияния на массовое сознание, особенно в условиях политической и информационной борьбы за мировое господство. Доступность информации создает канал для формирования нужных интерпретаций политических событий, поскольку транслируемая информация обладает строгой сценарностью.

Актуальность темы обусловлена тем, что критическое высказывание в таких передачах выполняют не только коммуникативную, но и идеологическую функцию, влияя на сознание электората.

Цель исследования – выявление языковой специфики критических высказываний, направленных на формирование общественного мнения о внешнеполитических процессах.

Критическое высказывание можно определить как речевую единицу, в которой проявляется отрицательная оценка или несогласие по отношению к определённому явлению, событию или субъекту, побуждая адресата воспринимать событие под определённым углом [3]. Его основная цель — формирование у адресата определённого когнитивного и эмоционального отношения, что делает данный тип высказываний инструментом идеологического влияния.

Большинство лингвистов сходятся во мнении, что критические высказывания обладают конфликтогенным потенциалом, поскольку направлены на выражение несогласия и вызывают реакцию со стороны адресата [1]. В ток-шоу довольно часто критика используется для создания конфликтной ситуации, за счёт которой нарастает динамика дискуссии и повышается интерес аудитории. Критические высказывания отличаются ярко выраженной прагматичностью и эмоциональной насыщенностью, превращая коммуникацию в акт речевого воздействия.

Их цель — выражение критики и презрительного отношения, что помогает оратору дискредитировать объект в глазах зрителей. Подобные речевые акты могут восприниматься как оскорбительные для их адресатов. Критика в медиадискурсе реализуется в виде оценочного сообщения, содержащего «идеологически маркированную интерпретацию» фактов. Более того, медийная критика всегда соотносится с позицией говорящего субъекта, а значит, не только передаёт, но и конструирует смысл. В этом контексте критическое высказывание — это не просто оценка, а инструмент моделирования общественного восприятия [2].

Проблематика критических высказываний тесно связана с понятием политического ток-шоу как особого медийного жанра, которое представляет собой гибридную форму политической коммуникации, позволяющей адаптироваться под любую общественную ситуацию. Политическое ток-шоу может меняться вместе с повесткой, реагировать на острые события, при этом сохраняя узнаваемую форму подачи [5]. Основная функция данного формата заключается не в передаче информации, а в её интерпретации — в том, чтобы задать зрителю определённый вектор оценки событий.

Телевизионная коммуникация характеризуется чередованием элементов официального и разговорного стилей, что создаёт эффект приближённости к аудитории и усиливает доверие к позиции говорящего [4]. Однако за кажущейся свободной формой дискуссии скрываются заданное воздействие, при котором аудитории внушается строго определённая позиция [6]. Заранее продуманная композиция ток-шоу включает в себя: зачин, развитие ток-шоу, кульминацию и развязку.

Языковые особенности критических высказываний в политическом ток-шоу заключаются в использовании разговорных конструкций, риторических вопросов, экспрессивных оборотов и парцелляции, что обеспечивает эмоциональную насыщенность речи и способствует формированию у зрителя нужной реакции [2]. Повторы, анафоры, инверсия, использование повелительных форм создают ритмику речи, приближающуюся к ораторскому стилю. Кроме того, специфика политического дискурса проявляется в систематическом использовании метафорических моделей, которые выполняют когнитивную и идеологическую функции [7].

Далее остановимся на выявлении лингвостилистической специфики критических высказываний Т. Карлсона.

На **лексико-семантическом уровне** для речи Т. Карлсона характерно использование оценочной и экспрессивной лексики, метафор, гипербол и элементов инвективности. Эти средства позволяют создать эмоционально напряжённую атмосферу и сформировать негативное отношение к объекту критики.

Таблица 1 – Лексико-семантический уровень

Оригинал	Комментарий
<i>It's got to be one of the most evil governments in the world.</i>	Используется оценочное прилагательное «evil» с сильной эмоциональной коннотацией и дискредитирующим эффектом.
<i>Our priorities have been hijacked by other countries</i>	Метафора «hijacked» (буквально — «захвачены») передаёт идею насильственного вмешательства во внутренние дела государства.
<i>Why does Anne Applebaum have any effect on anything? I mean, this is, like, one of the dumbest people in the United States.</i>	Использование оскорбительного эпитета «dumbest» усиливает инвективный эффект и служит средством дискредитации оппонента. Через иронию Карлсон утверждает интеллектуальное превосходство и задаёт тон критического высказывания.
<i>You cannot turn around after the American government and all of its agencies have worked tirelessly to kill, maim, murder, harm as many Russians as possible.</i>	Кумулятивный ряд глаголов (kill, maim, murder, harm) создаёт эффект эмоционального нарастания, усиливая осуждение действий США и придавая высказыванию обвинительный характер.

На **морфосинтаксическом уровне** преобладают короткие фразы, парцелляция, инверсия и риторические вопросы, что придаёт речи динамизм и ораторскую выразительность. Т. Карлсон активно использует повторы и анафоры, создавая эмоциональное напряжение и эффект прямого общения со зрителем.

Таблица 2 – Морфосинтаксический уровень

Оригинал	Комментарий
<i>Of course not. Of course not. But keep in mind, what about the American people? There's nobody here. We walk outside.</i>	Использование парцелляции и анафорического повтора (Of course not) создаёт ритм и эмоциональную насыщенность, усиливает эффект «живой речи» и вовлечённости.
<i>Would you like to do that? Nobody wants to do that. There's no interest in this country in any of that crap.</i>	Приём гипофоры (вопрос с последующим ответом) позволяет автору управлять вниманием аудитории и формировать иллюзию логического рассуждения.
<i>Well, so maybe that is kind of the point. And look. If that's the case, pack up, get out...</i>	Императивные формы (pack up, get out) задают директивный тон и побуждают к действию, придавая речи характер уверенного утверждения.
<i>They tell you Russia is the enemy, but they're the ones destroying your economy, your borders, and your freedom.</i>	Параллельная конструкция (they tell you... but they...) формирует бинарную оппозицию «власть — народ», усиливая идеологический контраст и эмоциональное воздействие.

На **стилистическом уровне** речь Т. Карлсона представляет собой синтез публицистического и разговорного стилей, которой свойственны ирония, сарказм, использование метафор борьбы и морали, а также упрощённый синтаксис, создающий иллюзию естественной речи.

Таблица 3 – Стилистические средства

Оригинал	Комментарий
<i>So Russia is the problem? Right. The Mexican cartels are shooting at our Border Patrol, but sure — it's Putin's fault.</i>	Саркастическая конструкция с ироническим контрастом «sure — it's Putin's fault» высмеивает официальную риторику и усиливает эффект разоблачения.
<i>We spent hundreds of billions defending Ukraine's borders, but our own border is wide open.</i>	Антитеза «Ukraine's borders» / «our own border» подчёркивает несоответствие между внешней и внутренней политикой, усиливая моральный пафос.
<i>Find anybody who says, well, you know, there's a train leaving for Ukraine... see how many people show up.</i>	Ироническая имитация чужой речи создаёт сатирический эффект, обнажая абсурд милитаристской риторики и равнодушие общества.
<i>Would you like to be part of the strike package? We have a seat for you on a B-2, and you can watch the bombs go off.</i>	Саркастическая гипербола с конкретизацией деталей усиливает ощущение абсурда и пародирует милитаристский энтузиазм политиков.

Проведённый анализ показал, что критические высказывания Т. Карлсона отличаются высокой степенью экспрессивности и стратегичности речевого воздействия. На всех языковых уровнях реализуются средства, направленные на усиление эмоционального и идеологического эффекта: оценочная лексика, парцеляция, антитезы, сарказм и ирония. Эти элементы формируют узнаваемый стиль ведущего, в котором критика служит инструментом формирования общественного мнения и моделирования политической картины мира.

Таким образом, Такер Карлсон критикует внешнюю политику США как агрессивную и вредную для собственных граждан, последовательно дискредитируя решения власти. Он формирует у аудитории недоверие к политическим процессам и убеждение, что ресурсы страны тратятся на чужие интересы.

Литература:

1. Андреева Н. В. Критический дискурс-анализ в медиакommunikации / Н. В. Андреева [Электронный ресурс] // XV Всероссийская научно-практическая конференция молодых учёных «Диалог языков и культур: лингвистические и лингводидактические аспекты». – Тверь, 2023. –

- С. 45–49. — URL: <https://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/culture-comm/culture-comm40.pdf> (дата обращения: 06.11.2025).
2. Бурмакова Е. А. Речеповеденческая стратегия дискредитации администрации Д. Байдена в политическом ток-шоу: дисс. ... канд. филол. наук. — М., 2025. — 215 с. — URL: https://lunn.ru/media/news/2025/05/20/dissertaciya_burmakova_e.a.pdf (дата обращения: 06.11.2025).
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М.: УРСС, 2008. — 284 с.
4. Ларина Е. Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие [Электронный ресурс] / Е. Г. Ларина // КиберЛенинка. — 2006. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/televizionnyy-diskurs-i-ego-zhanrovoye-raznoolobrazie/viewer> (дата обращения: 03.10.2025).
5. Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата / А. А. Новикова // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. — 2010. — № 6. — С. 56–65.
6. Салихов А. Ю. Типология дискурса: дискурс ток-шоу [Электронный ресурс] / А. Ю. Салихов // КиберЛенинка. — 2014. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-diskursa-diskurs-tok-shou/viewer> (дата обращения: 08.11.2025).
7. Чудинов А. П. Политическая лингвистика [Электронный ресурс] / А. П. Чудинов. — Екатеринбург: УрФУ, 2010. — URL: <https://discourseworld.ru/upload/iblock/efd/efd3c96f02282af9d3e9db0bfefc68f6.pdf> (дата обращения: 08.11.2025).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИЗУЧЕНИИ БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ

Д. С. Мальковский

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, onirs@corp.nstu.ru

Научный руководитель: Семкова А. В., к.фил.н., доцент

Данная статья является анализом эволюции изучения безэквивалентной лексики - от классических переводческих концепций до современных лингвокультурологических и когнитивных подходов. В ходе исследования было установлено, что современная парадигма рассматривает данное явление как комплексный лингвокультурный феномен, а переводчик приобретает роль медиатора культур, чья задача — не поиск прямых соответствий, а

компенсация культурных лакун и реконструкция концептов в сознании реципиента.

The article traces the evolution of the study of culture-specific lexicon—from classical translation concepts to modern linguacultural and cognitive approaches. The analysis concludes that the modern paradigm treats this phenomenon as a complex linguacultural phenomenon, where the translator assumes the role of a cultural mediator whose task is not to find direct equivalents but to compensate for cultural lacunae and reconstruct concepts in the recipient's mind.

Проблема перевода и осмысления языковых единиц, не имеющих прямых соответствий в других языках, была, есть и останется одной из центральных в теории и практике межкультурной коммуникации. Такие единицы именуемые безэквивалентной лексикой (БЭЛ), олицетворяют переплетение понятий и реалий, свойственных лишь одному языковому сообществу. Каждый ученый по-своему интерпретирует феномен безэквивалентной лексики, в зависимости от принимаемых ими концепций. Так, Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров в своей книге «Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка» определяет слой безэквивалентной лексики, как «слова, план содержания которых невозможно сопоставить с каким-либо иноязычным лексическими понятиями.» [1] Начиная с 1950-х годов, в области межкультурной коммуникации знание о безэквивалентной лексике прошло путь от простого каталогизирования таких единиц как «непереводимых» до глубокого осмысления его роли как ключа к национальному менталитету и инструменту культурной дипломатии.

Цель данного исследования - проследить эволюцию концепций научного знания в области исследований безэквивалентной лексики — от классических, устоявшихся концепций к современным, более широким подходам, а также выявить причины, обусловившие смену парадигм в научном сообществе.

Объектом исследования является безэквивалентная лексика как лингвистическое и культурное явление. **Предметом исследования** является перевод безэквивалентной лексики.

Изучение безэквивалентной лексики в общепринятом на сегодняшний день виде как слов, обозначающих специфические предметы и явления в жизни конкретного культурно-языкового сообщества, началось во второй половине XX века и было тесно связано с развитием теории перевода. Фундаментальный вклад в разработку, концепции, которую в дальнейшем начнут считать классической, внесли советские лингвисты В.Н. Комиссаров и Я.И. Рецкер. Вилен Наумович первым дал одно из самых распространенных определений безэквивалентной лексике: «лексемы, обозначающие предметы,

процессы и явления, которые не существуют в обыденной жизни и культуре народа, говорящего на ПЯ», а Яков Иосифович предложил одну из первых классификаций, выделив следующие группы: 1) Реалии: бытовые и этнографические, географические, общественно-политические; 2) Историзмы; 3) Имена собственные и мифонимы; 4) Слова-афоризмы, фольклорные и литературные цитаты; 5) Лексические единицы с ярко выраженной культурной коннотацией.

Так как на первых этапах изучения, безэквивалентная лексика была неотрывна от теории перевода, А.В. Федоров, Л.С. Бархударов и другие ученые предлагали различные приемы для передачи БЭЛ: 1) Транскрипция и транслитерация: прямое заимствование звуковой или графической формы слова (*борщ, perestroika, tsunami*); 2) Калькирование: поморфемный или пословный перевод (*skyscraper* → *небоскреб, worldview* → *мировоззрение*); 3) Описательный (разъяснительный) перевод: передача значения лексической единицы через развернутое описание (*fair play* → *честная игра, соблюдение правил*); 4) Приближенный перевод: использование функционального аналога, который не является полным эквивалентом, но выполняет сходную функцию (*high school* → *старшие классы школы, college* → *университет*); 5) Трансформационный перевод: перестройка синтаксической структуры предложения для адекватной передачи смысла безэквивалентной единицы.

Практическое применение классической концепции ярко демонстрирует анализ перевода художественных текстов, насыщенных бытовой и культурной БЭЛ. Например, при переводе русских реалий, таких как «чугунок» или «валенки», переводчик следует классическим приемам, выбирая между транскрипцией (*valenki*), приближенным переводом (*a cast-iron pot*) или описательным переводом, в зависимости от контекста и важности сохранения культурного колорита. Работа с концептами, подобными «тоске» или «авоське», часто требует комбинации приемов, например, трансформационного перевода («*hopeful chaos*» для передачи смысла «авоськи») или поиска функционального фразеологического аналога для идиом.

К концу XX века стала ясна проблема классического подхода - ограниченность и отсутствие крайне важной связи БЭЛ с культурой, сознанием и дискурсом. Научная парадигма сместилась с проблемы перевода на причины непереводаемости БЭЛ и значения этого явления в контексте языка как неотъемлемой культурной составляющей.

Лингвокультурологический подход, прослеживающийся в трудах В.В. Воробьева, В.А. Масловой и других, предлагает предложила рассматривать язык не как изолированную систему, а как «кумулятивную

среду» культуры. В этой парадигме БЭЛ стала пониматься не просто как отсутствие соответствия, а как знак-концепт, вербализующий ключевые для данной культуры понятия – константы.

Ключевым понятием в лингвокультурологии стала лакуна – отсутствие аналогов в одном языке для слов и понятий другого языка. Таким образом, лакуна есть субъективный психологический и культурный феномен в сознании носителя языка. Межкультурная коммуникация становится центром новой парадигмы представлений о безэквивалентной лексике, смещая фокус с поиска лексического соответствия при переводе на компенсацию лакуны, т.е. «достраивание» культурного фона адресата перевода.

Когнитивная лингвистика также предложила собственное трактование БЭЛ как вербальной проекции специфических когнитивных структур, так называемых **фреймов** – схем, сценариев и концептов, которые отсутствуют или по-иному организованы в сознании носителей другого языка.

Когнитивный подход показал БЭЛ с другой стороны – не как проблему перевода отдельных слов, а как проблему фоновых знаний, закреплённых в сознании целых культур. Изучение безэквивалентной лексики сместилось с переноса слов из одного языка в другой в исследования о том, как устроены знания об этих словах и как они вербализируются в различных лингвокультурных случаях.

Более современные подходы все чаще начинают рассматривать БЭЛ как сложную конструкцию, состоящую не только из статичного словарного состояния, но и из цели и контекста, в котором это слово используется. Можно выделить два ключевых аспекта, которые выделяют как основополагающие при исследовании БЭЛ: 1) Прагматический аспект влечет за собой понятие интенции говорящего при использовании безэквивалентной лексики. Интенция содержит в себе понимание того какую коммуникативную задачу закладывает говорящий в БЭЛ. 2) Дискурсивный аспект позволяет понять как БЭЛ функционирует в различных типах дискурса. В зависимости от того в какой коммуникативной ситуации используется один и тот же БЭЛ, его появление может потребовать от говорящего подстраиваться под каждый конкретный тип дискурса. Например, в публицистическом тексте транскрибированная реалья может потребовать пояснения, в то время как в художественном тексте автор может сознательно оставить ее без комментария для создания эффекта отчуждения или погружения.

Рассмотренные выше концепции пришли на смену классическим по целому ряду причин, главной из которых является глобализация. После развала Советского Союза, мир вступил в новую эпоху развития

международных отношений, в которой связанность стран в одну глобальную экономическую сеть породила беспрецедентное столкновение культур. Успешная межкультурная коммуникация стала самым важным аспектом в новых экономических реалиях, в следствие чего миллионы людей ежедневно начали сталкиваться с лингвокультурными особенностями языков. Такой резкий переворот потребовал более гибких, адаптивных и глубоких моделей объяснения и перевода, выходящих за рамки механистических приемов.

Смена политических парадигм также повлекла за собой и смену социальных парадигм – гуманистические идеи встали во главе общественного строя, и, следовательно, во многих странах на первый план вышли вопросы идентичности, диалога культур, власти и идеологии в языке. Классическая теория, с ее ориентацией на системность и объективность, оказалась не готова к анализу таких тонких материй, как культурная коннотация и идеологическая нагрузка БЭЛ.

С развитием научного знания интерес к безэквивалентной лексике начал появляться у когнитивистов, антропологов, культурологов, социологов и психологов. Это позволило взглянуть на проблему под новым углом и обогатило методический аппарат исследования. Следовательно, и «непереводимость» перестала быть во главе концепции безэквивалентной лексики, т.к. она перестала быть исключительно лингвистической прерогативой. Стало ясно, что непереводимость – это не свойство текста, а вызов компетенции переводчика и граница познания реципиента. Новые подходы доказывают, что БЭЛ не является непреодолимым барьером; это зона творческого поиска, где переводчик выступает не как механический транслятор, а как медиатор культур, интерпретатор и соавтор.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что эволюция изучения безэквивалентной лексики представляет собой движение от таксономии к интерпретации, от изоляции к интеграции, от лингвистики текста к лингвистике дискурса и сознания. Классические концепции заложили важнейший фундамент, создав терминологический аппарат и базовый набор переводческих стратегий, не утративших актуальности и сегодня. Однако перемены в социуме позволили взглянуть на проблему безэквивалентной лексики с множества других ракурсов, что позволило отойти от концепции БЭЛ как переводческой проблемы, и показать, что этот феномен есть ценнейший ресурс для изучения других культур и народов.

Литература:

1. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного – 1990. – 220 с.
2. Воробьев В. В. Лингвокультурология: теория и методы. И. РУДН – 1997. – 331 с.
3. Опарина Е.О. Безэквивалентная лексика: основные понятия переводоведения – 2010. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода Предисл. В.М. Комиссарова «Р. Валент» - 2004. – 244 с.
- 4 Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода Предисл. В.М. Комиссарова «Р. Валент» - 2004. – 244 с.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие – 2000. – 264 с.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ФРЕДРИКА БЕГБЕДЕРА «99 ФРАНКОВ»)

Д.А. Мрачковская

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, daria.mrachkovskaya@bk.ru

Научный руководитель: Медведева Е. В.

В статье изучаются особенности англицизмов в современном французском художественном тексте на материале романа Фредерика Бегбедера «99 франков». Анализируются лингвистический статус англицизмов, их тематическая классификация и функциональная нагрузка в структуре произведения. Особое внимание уделяется роли заимствований в формировании стиля автора и создании сатирического образа общества потребления.

The article deals with the peculiarities of anglicisms functioning in modern French fiction based on Frédéric Beigbeder's novel 99 francs. The linguistic status of anglicisms, their thematic classification and functional role in the structure of the novel are analyzed. Special attention is paid to the role of borrowings in shaping the author's individual style and creating a satirical image of consumer society.

Новизна проведенного исследования заключается в комплексном лингвостилистическом анализе англицизмов именно в сатирическом тексте начала XXI века, который не просто фиксирует факт

заимствования, но и использует его как мощное средство социальной критики. В отличие от работ, рассматривающих англицизмы в общем языке или в публицистике, в данной статье впервые системно исследуется, как эти языковые элементы становятся инструментом создания сатирического дискурса и ключевым компонентом идиостиля Бегбедера. Особый акцент делается на выявлении идеологической функции англицизмов, которая проявляется в их намеренном гипертрофированном использовании для разоблачения механизмов общества потребления.

Процессы языкового заимствования являются неотъемлемой частью развития любого языка. В условиях глобализации именно английский язык стал главным донором лексических единиц для многих европейских языков, в частности французского. Англицизмы проникают в различные сферы общения, включая деловую коммуникацию, массовую культуру, художественную литературу. В литературном тексте такие заимствования приобретают особую значимость, поскольку они выполняют не только номинативную, но и стилистическую и экспрессивную функции.

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью изучения роли англицизмов в современном художественном дискурсе, где они становятся важным средством создания речевой характеристики персонажей и отражения социально-культурных процессов. Особый интерес в этом контексте представляет роман Фредерика Бегбедера «99 франков», посвящённый миру рекламы и корпоративной культуры, в котором англоязычные заимствования используются системно.

Цель статьи – выявить особенности англицизмов в художественном тексте на материале романа «99 франков» и определить их роль в формировании авторского стиля.

Объектом данного исследования является комплекс англоязычных заимствований (англицизмов) в их лингвистическом и стилистическом аспектах, представленный в романе Фредерика Бегбедера «99 франков». Непосредственным материалом для анализа служат лексические единицы, фразы и синтаксические конструкции английского происхождения, выявленные методом сплошной выборки из текста романа.

В современной лингвистике термин «англицизм» трактуется многозначно [1]. В узком смысле под ним понимаются лексические единицы, заимствованные из английского языка и сохранившие свою внешнюю форму. В широком смысле англицизмами называют также семантические кальки, фразеологические заимствования, элементы синтаксического влияния. Во французском языке англицизмы находятся

на разных стадиях ассимиляции – от полностью интегрированных слов «le footing», «le parking», «brainstorming», «fair-play» [2]. Некоторые слова подвергаются семантическим изменениям под влиянием английского, например, «réaliser» - «осознавать».

Исторически проникновение англоязычных элементов во французский язык связано с послевоенной американской культурной экспансией, развитием глобальных рынков и доминированием англоязычных технологий. На рубеже XX–XXI веков влияние английского стало особенно заметным в профессиональных языках - в IT, бизнесе, маркетинге, медиа. Это вызывает активные дискуссии в обществе: Французская академия и законодательные инициативы предпринимают попытки ограничить «франгле», однако узус демонстрирует устойчивую тенденцию к расширению сферы использования англицизмов [3].

Анализ текста романа Фредерика Бегбедера позволил выделить несколько основных тематических групп англицизмов. Наиболее обширной является группа лексики в сфере рекламы и маркетинга, включающая такие единицы, как: *brainstorming, target, planning, branding, copy-stratégie*.

Эти термины не только обозначают реалии профессиональной деятельности персонажей, но и формируют ощущение замкнутого корпоративного пространства, в котором доминируют стандартизированные языковые модели.

Значительное место в тексте занимают англицизмы, связанные с бизнесом и управлением: *business, manager, holding, jet-set*.

Данная лексика используется для характеристики социальной среды героев, принадлежащих к миру транснациональных корпораций. Через подобные элементы автор подчеркивает обезличенность и стандартизацию корпоративной культуры, где стираются национальные и индивидуальные различия.

Отдельную группу составляют заимствования, относящиеся к сфере массовой культуры и повседневного образа жизни: *cool, fashion, look, design, shopping*.

Эти элементы отражают формирование глобализированного стиля потребления, где внешняя привлекательность и соответствие модным трендам приобретают первостепенное значение. Подобные англицизмы являются важным средством создания социальной сатиры в романе.

Также в произведении активно используются элементы компьютерной и интернет-лексики: *e-mail, web, zapping*.

Они не только фиксируют современные технологические реалии, но и функционируют как метафоры фрагментарности сознания героя, его

неспособности к длительной концентрации и постоянной смены объектов внимания.

Наконец, присутствуют разговорные и экспрессивные заимствования: *happy end, no problem*.

Они создают эмоциональную окраску и передают спонтанный тон повествования.

Анализ англицизмов в тексте выявил комплекс их задач.

1. Номинативная функция проявляется в обозначении специфических реалий рекламной индустрии.

2. Характерологическая – в создании речевых портретов персонажей, демонстрации их социальной принадлежности и степени интеграции в корпоративную культуру.

3. Экспрессивно-стилистическая функция реализуется через эффект намеренного перенасыщения текста англоязычными включениями. В сценах, описывающих рабочую жизнь рекламного агентства, плотность англицизмов достигает максимума, что создаёт сатирическое ощущение «языкового загрязнения» и искусственности корпоративного сленга.

4. Ироническая и сатирическая функции являются ключевыми в стиле Бегбедера. Англицизмы используются для обнажения абсурдности рекламного дискурса, его клишированности и пустоты. Столкновение англоязычных терминов с традиционной французской лексикой усиливает комизм и критическое звучание текста.

5. Идеологическая функция проявляется в том, что англицизмы становятся символами глобализации и культурной унификации. Через их гипертрофированное употребление автор выражает скептическое отношение к доминированию англоамериканских моделей мышления.

Важную роль заимствования играют в формировании стиля Фредерика Бегбедера. Чередование французской и английской лексики создает ритм повествования, передающий внутреннюю раздробленность героя и напряженность окружающей его среды. В кульминационных эпизодах плотность англоязычных элементов возрастает, тогда как в моменты личных переживаний и размышлений их количество сокращается, что символизирует стремление персонажа к утрате навязанных корпоративных шаблонов.

Таким образом, англицизмы в романе «99 франков» функционируют не как случайные заимствования, а как структурно значимые элементы художественного текста. Они участвуют в создании образа современного общества и формируют сатирическое звучание произведения.

Проведённое исследование позволило установить, что англицизмы в романе Фредерика Бегбедера «99 франков» выполняют многоуровневые функции и органично вплетены в художественный стиль произведения.

Они реализуют номинативную, характерологическую, экспрессивно-стилистическую и идеологическую функции, способствуя раскрытию замысла автора и формированию сатирического образа современной действительности.

Анализ показал, что англоязычные заимствования являются важнейшим элементом стиля писателя и отражают ключевые тенденции развития французского языка в условиях глобализации.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в следующих направлениях:

1. Сравнительный анализ функционирования англицизмов в других произведениях Ф. Бегбедера (например, «Каникулы в коме», «Любовь живет три года») для выявления эволюции его стиля и отношения к глобализации.

2. Исследование восприятия англицизмов в романе «99 франков» носителями французского языка с применением методов социолингвистики для оценки их воздействия на читательскую аудиторию.

Литература:

1. Бокова Д. М. Функционирование англицизмов во французской литературе // Энигма. – 2021. – № 2 (29). С. 82-84.
2. Шумакова А. Н. Функционирование англицизмов во французской литературе // Вестник МГЛУ. – 2019. – № 3. С. 179-186.
3. Beigbeder F. 99 francs. – Paris: Grasset, 2000. – 288 p.
4. Bogaards P. On ne parle pas franglais. – Bruxelles: De Boeck, 2008. – 207 p.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ СПОРТИВНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ В СМИ ПО ПРИНЦИПУ ЧАСТОТЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ

Д. Г. Родина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, daryuorodina@gmail.com**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.фил.н., профессор

В статье рассматриваются вопросы определения термина «неологизм» и типов его основных классификаций. Внимание акцентируется на дифференциации узуальных и неузальных неологизмов. Описываются результаты классификации неологизмов в англоязычных СМИ.

The article considers the definition of the term "neologism" and its main types of classifications. Attention is focused on the differentiation of established and

unestablished neologisms. The results of the classification of neologisms in English-language media are described.

Лексический состав языков представляет собой непрерывно развивающуюся систему, которая подвергается изменениям под воздействием внешних факторов. В период общественных преобразований возникает потребность в создании неологизмов для наименования объективной действительности и новых реалий, в том числе в спортивной сфере жизни общества. Однако процесс неологизации характеризуется неодносторонностью, так как лексические единицы формируются не только для обозначения новых явлений, но и для экспрессивной окраски реалий.

Актуальность работы обусловлена появлением новых спортивных лексических единиц в англоязычных СМИ и их узуальной и неузуальной спецификой.

Объектом исследования является спортивная неологизация в СМИ. Предмет исследования – систематизация английских спортивных неологизмов в СМИ.

Цель статьи – выделить английские новые спортивные лексические единицы в СМИ и классифицировать их по принципу частоты употребления на узуальные и неузуальные (окаzionaliальные, индивидуально-авторские) неологизмы.

В настоящее время дискуссионными вопросами процесса неологизации остаются определение термина «неологизм» и выделение критериев разграничения типов новых лексических единиц. В современной лингвистике «неологизм» рассматривается с точки зрения структурного, фонологического, денотативного, сигнификативного и др. подходов.

Опираясь на работы отечественных и зарубежных исследователей, были выделены два фундаментальных принципа, на основе которых трактуются определения к данному термину. Первый принцип основывается на реализации нового значения уже существующего слова (Г.Ф. Алиаскарова, И.В. Арнольд, J. Pernik) [1,2,10]. Второй принцип указывает на образование новой формы слова, которая ранее не употреблялась в языке и именует новое общественное явление (Л.Ю. Касянова, D. Herberg, K. Mier) [6,8,9].

На данном этапе развития языка существует множество классификаций неологизмов, которые обусловлены способами появления [5], продолжительностью существования [Там же], степенью новизны [2] и отношением к языку и речи [3] (см. Таблица 1).

Таблица 1 – Классификации неологизмов

	Тип классификации	Классификация	Характеристика
	Способ появления	Лексические	Создаются по моделям словообразования
		Семантические	Присвоение новых значений словам
		Фразеологические	Присвоение новых значений выражениям
	Продолжительность существования	Кратковременные	Однократное употребление
		Языковые	Включение в языковую систему
		Временные	Исключение из языковой системы спустя время
	Степень новизны	Относительные	Ранее не использовались в языке
		Абсолютные	Устаревшие и малоупотребительные слова
	Отношение к языку и речи	Узуальные	Удовлетворяют потребности общества в номинации нового реального
		Неузуальные	Являются средством языковой экспрессивности

В данном исследовании внимание сосредоточено на узуальных (общепринятых) и неузуальных (окациональных) спортивных неологизмах. Н.Н. Бузунов и Т.С. Пристайко различают причины появления данных типов неологизмов. Наряду с классификацией данных единиц по принципу частоты употребления, т.е. отношением к языку и речи, языковеды утверждают, что узуальные неологизмы возникают вследствие необходимости назвать новые предметы и понятия, появляющиеся в жизни общества, и желания дать более удачное, образное наименование для описания основных характеристик нового явления [5]. Неузуальные неологизмы, напротив, обусловлены стремлением автора к выражению уникальных образов, к новизне и необычности речи, к достижению стилистических эффектов, избеганию тавтологии и созданию словесных игр [7].

Изучив работы А.А. Брагиной, Н.Н. Бузунова, Т.С. Пристайко, Л.Ю. Касьяновой [3,4,7,6] были выделены отличительные особенности узуальных и незузуальных неологизмов и сформированы такие критерии их выделения как хронологический, функциональный, статический и лексикографический (см. Таблица 2).

Таблица 2 – Критерии выделения неологизмов

	Критерий	Характеристика	
		Узуальные неологизмы	Незузуальные неологизмы
	Хронологический	- возникают на определённом этапе развития языка - временный промежуток новизны – от 1 до 3 лет	- индивидуальные лексические единицы, созданные определённым автором - постоянная новизна в условиях контекста
	Функциональный	- обозначение ранее неизвестных общественных явления - установление причины появления лексической единицы - закрепление новых слов в системе языка	- функционирование в конкретном контексте - служат для художественной экспрессии, языковой игры, создания стилистического эффекта
	Статический	- формирование единицы вызвано потребностью людей - возрастающее употребление слова	- создаются одним автором и не становятся частью системы языка - употребление единиц не распространяется за пределы контекста
	Лексикографический	- дефиниции временно отсутствуют в лексикографических источниках	- дефиниции всегда отсутствуют в лексикографических источниках

С целью классификации новых спортивных лексических единиц было отобрано 155 английских неологизмов из источников СМИ (BBC sport, Sunday sport, the Athletics, Euronews, The Independent и др.) за период 2022-2025 гг.

Из представленных источников было выделено 97 (63%) узуальных спортивных неологизмов. Возникновение выявленных узуальных неологизмов вызвано потребностью общества в наименовании новых видов спорта, упражнений, мест, спортивных действий, инвентаря и нововведений в спортивные правила и регламенты. Например, неологизм *quadfootball* возник в результате блендинга единиц *quattuor* и *football* для наименования игры в футбол на четвереньках. Предпосылкой для появления данного наименования в спорте является популярное молодёжное движение «quadrobics», которое указывает на имитацию действий и повадок животных. Также неологизм *finger-plop* именуется новый обязательный элемент для юниорок в синхронном плавании, когда спортсменки при выходе из воды завершают программу легким касанием воды пальцами рук.

В ходе исследования было выявлено 53 (37%) неузуальных неологизмов, или окказионализмов, из англоязычных СМИ. Появление данного типа неологизмов в спорте обусловлено созданием стилистического образа спортсменов, экспрессивной выразительностью событий и эмоциональной окраской ситуаций. Например, неологизм *bloodabyss* в предложении «*The ISU has lowered the base cost of a quad jump to discourage the most reckless athletes from bloodabyss...*» состоит из единиц *blood* (кровь) и *abyss* (пропасть). Первая составляющая единица указывает на степень травмы, в то время как вторая единица подчёркивает наихудшие последствия от полученной травмы в ходе выполнения четверного прыжка. Данные слова несут негативную коннотацию и воздействуют на создание отрицательного мнения об элементе. Также новая лексическая единица *refboo* в контексте «*Ruddy Bukke is a real refboo ... He always gives penalties, putting the opposing team in a tense state.*» сформирована из единицы *referee* и ониматопы *boo*. Ониматоп придаёт оттенок испуга, который характеризует судью как человека, нагоняющего страх и создающего напряжённую обстановку.

Таким образом, следуя принципу частоты употребления и по результатам анализа в англоязычных СМИ преобладают спортивные узуальные неологизмы. Данный фактор вызван изменениями в сфере спорта, которые требуют постоянной номинации явлений и отражения их специфических характеристик. Выделенные спортивные узуальные неологизмы вызваны потребностью большого круга людей. Неузуальные неологизмы служат средством для надления положительной или отрицательной оценки реалия в условиях заданного контекста.

Литература:

1. Алиаскарова Г. Ф. Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках // Вестник СГТУ. Саратов: СГТУ. – 2017. – № 4 (16). – С. 226–231.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. – 2-е изд., перераб. – М: Наука, 2012. – 376 с.
3. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. – М: Просвещение, 1973. – 224 с.
4. Бузунов Н. Н. Этапы возникновения и развития лексических неологизмов // Языковой дискурс в социальной практике. – 2020. – С. 71–75.
5. Воробьёва И. А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – №. 3 (101). – С. 158–166.
6. Касьянова Л. Ю. Новое слово как средство репрезентации обновляемой картины мира // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – №. 6. – С. 267–273.
7. Пристайко Т. С. О системообразующем потенциале неологизмов и окказионализмов (на материале обозначений телефонов) // Лексико-грамматические инновации в современных славянских языках. – 2011. – С. 314–317.
8. Herberg D. Neologismen in der deutschen Gegenwartssprache. Probleme ihrer Erfassung und Beschreibung // Deutsch als Fremdsprache. – 2022. – №. 4. – P. 195–200.
9. Mair C. Twentieth-Century English // History, Variation, and Standardization. – Cambridge: Cambridge University Press, 2016. – 471 p.
10. Peprník J. English Lexicology. – Olomouc: Univerzita Palackého, 2006. – 308 p.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТАФОРЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

К. Д. Самулина

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, samulina@gmail.com

Научный руководитель: Онал И. О., к. филол. н., доцент

В статье представлены результаты исследования особенностей функционирования метафоры в туристическом дискурсе на основе интернет-сайтов туристических компаний.

The article presents the results of a study on the peculiarities of metaphor functioning in tourist discourse based on the websites of travel companies

Туризм всегда являлся одной из самых быстро развивающихся сфер экономики. С появлением Интернета туристические компании, занимающиеся организацией и продажей туров, стали создавать свои собственные интернет-сайты. Основой таких сайтов стал туристический текст. Изначально, основной его целью было донесение до читателя фактической информации об отелях, достопримечательностях и турах по той или иной стране или городу. Однако с развитием маркетинга туристический текст стал все больше использоваться в рекламных целях. Туристические компании поставили рост продаж туров на первое место по значимости. Метафора, в свою очередь, стала отличным инструментом в руках маркетологов, ведь благодаря ей, даже самый сухой текст возможно превратить в «живую картину» и тем самым повлиять на желание читателя посетить описываемое место.

Цель исследования – выявление особенностей функционирования метафоры в туристическом дискурсе.

Материалом послужили туристические тексты (на английском языке) с сайтов для поиска и бронирования путешествий по всему миру *Expedia* [6] и *NUI* [7].

В когнитивной лингвистике метафора трактуется не как просто стилистический приём или случайное украшение речи, а как фундаментальный механизм человеческого познания, структурирующий мышление, язык и даже повседневные действия [3]. Согласно Е. С. Майковой, метафора отражает «фундаментальную часть того, как люди думают, рассуждают и воображают» [4]. Люди выражают свои мысли метафорически не из-за языковых привычек, а потому что их мышление, чувства и поведение изначально метафоричны. Как отмечают Дж. Лакофф и М. Джонсон, «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении

и действии. Наша обыденная концептуальная система, в рамках которой мы и мыслим, и действуем, по своей сути метафорична» [3].

Туристический дискурс представляет собой специализированный тип дискурса, ориентированного на продвижение туристического продукта через создание привлекательного образа дестинации, где метафора выступает одним из ключевых инструментов эмоционального вовлечения и персуазии. В нём метафора функционирует как мост между абстрактными концептами путешествия и сенсорными образами, усиливая эффект присутствия.

Основными функциями метафоры в туристическом дискурсе являются следующие: аттрактивная, креативно-текстообразующая, персуазивная и аргументативная, компрессивная и эвокационная, а также идеологическая и культурно-адаптивная функции.

1. Аттрактивная функция. Данная функция метафоры в туристическом тексте заключается в создании яркого эмоционально-привлекательного образа дестинации и побуждении адресата к покупке туристического продукта [1]. Приведём примеры актуализации данной функции.

(1) *Feel the warm sand between your toes on **sun-kissed shores that embrace you like an old friend.***

(2) ***Ignite your senses** in vibrant Istanbul.*

В предложениях (1) и (2) реализуется аттрактивная функция метафоры, поскольку с её помощью создаётся яркий эмоционально-привлекательный образ дестинации (***sun-kissed shores that embrace you*** - ощущение тепла и уюта; ***ignite your senses*** - оживление города), побуждая адресата к покупке туристического продукта.

2. Креативно-текстообразующая функция. Данная функция обеспечивает креативное структурирование нарратива, в котором метафора является центральным аттрактором, организующим тематическое, композиционное и языковое единство текста [2].

Так, в следующем фрагменте центральным аттрактором является метафора ***getaway starts here***, организуя весь нарратив, являясь его началом:

(3) ***Your perfect getaway starts here** - choose from thousands of hotels, flights and incredible deals.*

В примере 4 метафора ***escape to paradise*** структурирует высказывание, служит его композиционным ядром и удерживает внимание читателя на рекламном повествовании:

(4) ***Escape to paradise** with crystal-clear waters, powder-white sands and cocktails at sunset - book your Maldives dream holiday now.*

3. Персуазивная и аргументативная функция. Данная функция проявляется в персуазивной ориентации на потребителя, где метафора маскирует коммерческий интерес под «мечту». Метафора скрыто убеждает в ценности тура, «сокращая дистанцию» до дестинации, сочетая эмоциональное вовлечение с логическим обоснованием [1].

Метафорическое выражение *little slice of paradise* в фрагменте 5 говорит читателю о том, что рай доступен здесь и сейчас, скрыто убеждая в ценности предложения и маскирует коммерцию под достижимую мечту в виде «кусочка рая на земле»:

(5) *Stay in a little slice of paradise where turquoise lagoons meet lush tropical gardens and luxury comes as standard.*

В примере 6 метафора помогает автору текста логически обосновать для читателя, почему его путешествие должно начинаться именно с этого места (*getaway starts here*), сочетая эмоциональное обещание идеального отдыха с призывом к немедленному действию:

(6) *Your perfect getaway starts here - choose from thousands of hotels, flights and incredible deals.*

4. Компрессивная и эвокационная функции. Метафора сжимает объёмную информацию в лаконичный образ, вызывая ассоциации и «эффект присутствия». Специфика в туризме её эвокация сенсорных переживаний (зрение, вкус), что усиливает маркетинговый эффект по сравнению с информативными дискурсами.

Например, описание пляжа с помощью метафоры *sun-kissed shores* сжимает длинное описание в три слова, мгновенно вызывая тактильные и зрительные ощущения «поцелуя солнца»:

(7) *Feel the warm sand between your toes on sun-kissed shores that embrace you like an old friend.*

Метафора *hidden gems* в примере 8 заменяет подробное перечисление достопримечательностей двумя словами, вызывая образ драгоценностей и ощущение открытия:

(8) *From charming villages to historic cities, uncover Europe's hidden gems that most tourists never see.*

5. Идеологическая и культурно-адаптивная функция. Метафора способна адаптировать текст к культурным ожиданиям аудитории, маскируя идеологию под привлекательность.

В нижеприведённом фрагменте метафора иллюстрирует западный стереотип «рая» как экзотического места, адаптирует предложение под культурные ожидания аудитории и маскирует колониальный подтекст:

(9) *Escape to paradise with crystal-clear waters, powder-white sands and cocktails at sunset - book your Maldives dream holiday now.*

Метафорический призыв *discover hidden gem* (10) использует нарратив колониального «открытия», делает его привлекательным для современной западной аудитории и скрывает идеологическую нагрузку под обещанием приключения:

(10) *Discover hidden gems across the globe – secret beaches, ancient ruins and local treasures waiting just for you.*

Таким образом, проведённое исследование особенностей функционирования метафоры в англоязычном рекламном туристическом дискурсе показало, что метафора выступает не просто стилистическим средством, а многофункциональным инструментом маркетинговой коммуникации. Она реализует аттрактивную, креативно-текстообразующую, персуазивную и аргументативную, компрессивную и эвокационную, а также идеологическую и культурно-адаптивную функции, превращая фактическую информацию в эмоционально насыщенный образ дестинации, усиливая эффект присутствия и побуждая потенциального туриста к покупке. Полученные результаты подтверждают, что в современном англоязычном туристическом интернет-дискурсе метафора является ключевым механизмом формирования привлекательности туристического продукта и скрытого воздействия на адресата.

Литература:

1. Аликина Е. Ю., Мишланова С. Л. Аттрактивная функция метафоры в туристском дискурсе [Электронный ресурс] // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2019. – Т. 11, № 2 (46). – С. 112-120. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/attraktivnaya-funktsiya-metafory-v-turistskom-diskurse/viewer> (дата обращения: 21.11.2025).
2. Бутакова О. Л., Козлова Е. В. Метафора как креативный аттрактор в рекламном туристическом нарративе [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2021. – № 72. – С. 344-372. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metafora-kak-kreativnyy-attraktor-v-reklamnom-turisticheskom-narrative/pdf> (дата обращения: 21.11.2025).
3. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём [Электронный ресурс]. – М.: УРСС, 2004. – 256 с. – URL: <https://uploads.philology.by/logo/ref/lakoff&johnson.pdf> (дата обращения: 21.11.2025).
4. Майкова Е. С. Метафора в когнитивной лингвистике // Молодой учёный. – 2018. – № 20 (206). – С. 447-449 [Электронный ресурс]. – URL: <https://moluch.ru/archive/206/50524> (дата обращения: 21.11.2025).

5. Expedia [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.expedia.com/> (дата обращения: 21.11.2025).

6. TUI UK [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tui.co.uk/> (дата обращения: 21.11.2025).

ЛИНГВОКУЛЬТОРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОЙ ЦВЕТООБОЗНАЧАЮЩЕЙ ЛЕКСИКИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

И. В. Соловей

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, zenexy333@gmail.com

Научный руководитель: Медведева Е. В.

В статье проводится анализ лингвокультурологических особенностей цветообозначающей лексики в английском рекламном дискурсе. Исследуются семантика, функции и культурно обусловленные механизмы воздействия цветообозначений на аудиторию. Также выявляются ключевые стратегии использования цветовой лексики и ее роль в эмоциональном, когнитивном и ценностном воздействиях.

This article examines the linguo and culture features of color-related vocabulary in English advertising. Focusing on its semantic, functions, and the ways color influences audiences. It highlights the key strategies behind the use of color words and explains their role in creating emotional, cognitive and value-based effects.

В условиях, когда конкуренция на рынке рекламы крайне высока, рекламные сообщения приобретают сложный и многослойный характер. Одним из наиболее действенных инструментов воздействия на аудиторию является цвет. И поскольку он способен мгновенно привлечь внимание человека и вызвать устойчивые ассоциации. Цвет выступает одновременно и как элемент визуальной семиотики, и как часть вербального кода, когда он представлен через цветообозначающую лексику.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современной рекламе упор чаще идет на визуальное и вербальное воздействие.

Он является одним из наиболее значимых инструментов привлечения внимания для формирования эмоционального отклика у потребителя. Поэтому для маркетологов крайне важна правильная интерпретация цвета. Поскольку ее восприятие зависит от национально-культурных особенностей целевой аудитории.

Объект исследования-рекламные тексты на английском языке, содержащие цветообозначающую лексику.

Целью исследования является выявление специфики употребления цветообозначений в рекламе на английском языке, а также определение их воздействия на аудиторию.

Для достижения целей, нам необходимо:

- Рассмотреть теоретические подходы изучения цвета в лингвистике и лингвокультурологии.
- Классифицировать цветообозначения.
- Проанализировать семантику и функции цветной лексики.
- Определить типы лингвокультурологического воздействия, создаваемых с помощью цветообозначений.

Научная новизна работы заключается в уточнении и дополнении представления о том, как работают цветообозначений лексики в англоязычном рекламном дискурсе. Было уделено внимание анализу не только базовых цветов, но и малоизученным группам цветовой лексики. Так, например, были проанализированы нестандартные оттеночные наименования и брендовые цветоименования. Также был сделан акцент на том, как именно данные цвета встроены в рекламу.

Согласно теории Брента Берлина и Пола Кея, в основе цветообозначений лежат универсальные понятия, но их символическое наполнение определяется спецификой национальных культур [3]. Н.Ф. Алефиренко и В.А. Маслова рассматривают цвет как знак, закрепляющий ценности и культурные ассоциации у этноса [1;2].

Для английского языка характерны следующие устойчивые культурные ассоциации:

1. Black(Черный)-элегантность, формальность, технологичность.
2. White(Белый)-чистота, стерильность.
3. Green(Зеленый)-природа, экология.
4. Red(Красный)-энергия, страсть или опасность.
5. Blue(Синий)-надежность, стабильность.

Подобные символы активно используются в рекламе, формируя у аудитории понятные образы.

На основе материалов исследования были выделены три группы цветообозначений:

1. Базовые цветотермины-68% употреблений: black, white, blue, red, green, silver. Чаще всего встречаются black (23%), white (19%), silver (15%). Эти цвета наиболее часто используются для позиционирования товаров премиум сегмента [4].
2. Составные цветообозначения-(24%) navy blue (темно-синий),

rose gold (розовое золото), metallic grey (металлический), pearl white (жемчужный). Они усиливают экспрессию при описании товара.

3. Метафорические наименования-(8%) midnight blue (полуночно-синий), champagne gold (цвет шампанского золота), volcanic red (вулканический красный). Эти цвета используются для создания образа эксклюзивности. Также присутствует отраслевая специфика, так, например, в рекламе автомобилей преобладают black (черный) и silver (серебряный), в косметике-nude (телесный) и rose gold (розовое золото).

Анализ рекламных текстов показал, что цветообозначения выполняют ряд функций:

- Символическая функция. Black (черный)-статус, green (зеленый)-экологичность, white (белый)-безопасность.

- Экспрессивная функция. Яркие оттенки, такие как vibrant red (ярко-красный), electric blue (электрический синий) создают ощущение динамики, а постельные создают ощущение мягкости и гармонии.

- Информативная функция. Дает характеристику товару metallic silver, pearl white.

- Идентифицирующая функция. Уникальные цветовые решения используются для брендов, например-Tiffany blue.

По результатам анализа были выявлены четыре типа воздействия на аудиторию:

1. Когнитивное воздействие. Апелляция к культурным архетипам, например, blue (синий) как символ надежности в рекламе банков.

2. Эмоциональное воздействие. Формирование эмоционального отклика: red-энергия, привлекательность, soft pink (нежно розовый)-нежность.

3. Ценностно-оценочное воздействие. Актуализация культурных ценностей: white (белый)-стерильность в медицинской рекламе, silver (серебряный)-инновационность техники.

4. Волевое воздействие. Так, яркие красные элементы в цифровой рекламе увеличивают интерес.

Исследование показало, что цвет в английском рекламном дискурсе представляют собой важный лингвокультурный инструмент воздействия на аудиторию. Цветовая лексика выступает носителем культуры, эмоций и ценностей. Результаты исследования могут быть использованы в разработке рекламных стратегий.

Перспективы дальнейшего исследования заключатся в изучении особенностей перевода цветообозначающей лексики. Особый интерес может представлять анализ передачи специфических оттеночных наименований и метафор. А также исследование переводческих

трансформаций, необходимых для сохранения цели оригинального рекламного текста.

Литература:

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. - 5-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2016. - 364 с.
2. Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - М.: Академия, 2001. - 208 с.
3. Berlin B., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. - CSLI Publications, 1999. - 200p.
4. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. - London, 2021. - 300p.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ВЕРЛАНА В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

О. О. Таберт

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, onirs@corp.nstu.ru

Научный руководитель: Медведева Е. В.

В статье анализируются лингвопрагматические функции верлана в современном французском медиадискурсе. В ходе исследования рассматривается лингвистическая природа данного явления, выявляются и описываются случаи его употребления в различных медиа, а также анализируется его лингвопрагматический потенциал в организации коммуникации и воздействии на целевую аудиторию.

The article analyzes the linguapragmatic functions of verlan in modern French media discourse. The study examines the linguistic nature of this phenomenon, identifies and describes instances of its use across various media, and analyzes its linguapragmatic potential in organizing communication and influencing the target audience.

Верлан, являясь одной из наиболее характерных разновидностей французского молодёжного жаргона, в последние десятилетия получает широкое распространение в сфере массовой коммуникации: в интернет-материалах, телевизионных передачах и социальных сетях. Данное расширение употребления указывает на изменение его статуса и закрепление в общеупотребительном речевом пространстве.

Объектом исследования являются лингвопрагматические функции верлана. **Новизна** исследования заключается в том, что верланизация активно развивается во французском языке. В связи с этим

систематизация её функций является актуальной задачей, поскольку французский язык претерпевает значительные изменения.

Верлан представляет собой инверсию звуковой или слоговой структуры слова. Первоначально он воспринимался как часть молодёжной городской речи, однако в XXI веке, по мнению Д. Ален, верлан стал отражением процессов демократизации языка [1]. Его интеграция в медиасреду связана с тем, что такие формы повышают выразительность сообщения, смягчают формальность высказывания и создают эффект большей близости с аудиторией.

В условиях цифровой коммуникации верлан перестаёт быть исключительно языковой игрой и приобретает функциональную значимость. Он используется медиа для передачи социальных, эмоциональных и оценочных смыслов, что влияет на характер взаимодействия между автором и адресатом и на структуру высказывания [2]. Это показывает, что инверсивные формы применяются не случайно, а выполняют определённые лингвопрагматические задачи.

С учётом активного распространения верлана в различных типах медиатекстов возникает необходимость определить те функции, которые он выполняет в структуре современного французского медиадискурса.

На основе анализа медиаматериалов и данных лингвистических работ, применяя классификацию лингвопрагматических функций верлана, предложенную Н. Лефкович, могут быть выделены наиболее значимые лингвопрагматические функции верлана.

1. Социально-идентификационная функция.

Употребление верлана во французских медиатекстах функционирует как маркер принадлежности к определённым социально-культурным группам, прежде всего к городской молодёжной среде. В медиаматериалах нередко фиксируются аутентичные речевые высказывания информантов, включающие верланизированные формы, что позволяет журналистам подчеркнуть специфику коммуникативного поведения представителей данной группы [3]. В качестве наиболее показательных единиц выступают, например, **meuf** (верланизированная форма от *femme*), ставшая одной из наиболее узнаваемых лексем молодёжного жаргона; **chelou** (от *louche* ‘странный, подозрительный’), широко употребляемая для обозначения отклоняющегося поведения; а также **keufs**, функционирующая в отдельных контекстах как верлан от *flics* (‘полицейские’); **iom**, функционирующая как верлан (от *moi* ‘я’), употребляется как маркер индивидуальности и принадлежности к молодёжной среде. Подобные единицы способствуют формированию в медиатексте социально маркированного образа говорящего и служат средством репрезентации городской протестной культуры, различий

между поколениями и иных социокультурных характеристик участников коммуникаций [4].

2. Эмоционально-экспрессивная функция

Верлан также активно используется в медиадискурсе в целях усиления экспрессивности и передачи оценочной или эмоциональной окраски высказывания.

Его фонетически и структурно модифицированная форма обладает повышенной прагматической нагрузкой, что неоднократно отмечалось в исследованиях молодёжного сленга [6]. Так, форма **c'est ouf** (от *fou*, 'сумасшедший', 'невероятный') используется для экспрессивной оценки необычных или впечатляющих событий и тем самым маркирует неформальный регистр, имитируя спонтанность разговорной речи. Слово **chanmé** (от *méchant*) способно выражать как отрицательную ('злой', 'невоспитанный'), так и положительную ('крутой', 'впечатляющий') оценку, в зависимости от контекста. Его вариативная коннотация широко используется в медиатекстах для передачи эмоционального отношения автора или героя.

Приведённые примеры демонстрируют, что использование верлана обеспечивает более точную передачу эмоционального фона высказываний и соответствует коммуникативным стратегиям современного французского медиадискурса, ориентированного на повышение степени вовлечённости аудитории.

3. Функция снижения формальности

Современные французские медиа, ориентированные на молодую аудиторию, активно используют верлан как инструмент перехода к менее формальному, более диалогичному стилю общения. Интеграция инверсивных форм способствует созданию коммуникативной среды, приближенной к повседневной речи, что позволяет смягчить официальный тон медиатекста и выстроить более доверительные отношения с читателем [5].

Наиболее показательными для реализации данной функции являются устойчивые выражения, активно циркулирующие в молодёжном медиапространстве. В свою очередь, высказывание **t'es relou** (от *lourd*, 'надоедливый', 'тягостный') позволяет передать субъективную характеристику поведения адресата без излишней резкости, что способствует смягчению официального тона. Выражение **la meuf kiffe** (от *femme* и *kiffer*, 'девушка любит / ей нравится') содержит два элемента, верланизированную форму *meuf* (от *femme*), так и заимствованный элемент *kiffer* (из арабского диалектного *kif*, 'наслаждаться'), создавая эффект непосредственного пересказа устной речи и подчёркивая личный характер ситуации. Конструкция **c'est trop chelou** (от *louche*, 'странный',

‘подозрительный’) фиксирует повышенную эмоциональную реакцию и формирует образ «живого» неформального комментария, что позволяет медиатексту приблизиться к стилю повседневного общения. Все перечисленные единицы демонстрируют стремление медиадискурса к имитации разговорной спонтанности и к выстраиванию более близкой коммуникации с целевой аудиторией.

Такие формы служат индикатором снижения формальности и свидетельствуют о расширении функционального спектра верлана в современных медийных практиках.

Проведённый анализ показывает, что верлан постепенно занял устойчивое место в современном французском медиадискурсе. Его появление в медийной среде отражает расширение возможностей разговорной лексики и влияние цифровых форматов, где особенно востребованы гибкость выражения, эмоциональность и приближение к реальной повседневной речи аудитории.

Выделенные функции, такие как социально-идентификационная, эмоционально-экспрессивная и функция снижения формальности, наглядно демонстрируют, насколько разнообразно верлан используется в настоящий момент. Социально-идентификационная функция помогает медиатекстам передавать особенности городской молодёжной среды. Эмоционально-экспрессивная функция позволяет точнее передавать субъективный эмоциональный тон, делая высказывания более выразительными. Функция снижения формальности обеспечивает переход к более свободному и диалогичному стилю, что усиливает ощущение непосредственного общения и повышает вовлечённость аудитории.

Дальнейшая перспектива исследования заключается в рассмотрении проблемы перевода верлана на русский язык, поскольку в русском языке отсутствуют аналогичные словообразовательные механизмы.

Литература:

1. Ален Д. Судьба французского языка в XXI веке [Электронный ресурс] – 2008. – URL: <https://www.infrance.su/francais/francais-art/destin/destin.html> (дата обращения 13.11.2025).
2. Гак В. И. Французский язык в современном мире / В.И. Гак // Иностранные языки в школе. – 2002. – № 2. – С. 78–82.
3. Жаркова Т. И. О сленге французской молодёжи [Текст] / Т.И. Жаркова // Иностранные языки в школе. – 2005. – № 1. – С. 25–29.
4. Петрова Т. С., Понятин Э. Ю. Особенности речи современной французской молодёжи // Иностранные языки в школе. – 1993. – № 2. – С. 47–51.

5. Lefkowitz N. Talking Backwards, Looking Forwards: The French Language Game Verlan / N. Lefkowitz. – Tübingen: Narr, 1991. – 158 p.

6. Peters N. C'est pas blesipo: Variations of Verlan [Electronic resource] / Peters N. – 2006. – URL: https://www.swarthmore.edu/sites/default/files/assets/documents/linguistics/2007_peters_nathaniel.pdf (accessed: 13.11.2025).

МЕТАФОРА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПСЕВДОНАУЧНОГО ДИСКУРСА

Д. Г. Торгунаков

**Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала
армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии
Российской Федерации,**

г. Новосибирск, Anna.Glibina@inbox.ru

Научный руководитель: Глибина А. А., к.ф.н., доцент

Статья посвящена исследованию метафор, используемых в псевдонаучном дискурсе. Выявлено, что в псевдонаучном дискурсе метафоры используются как средства художественной выразительности, а также средство оказания воздействия на целевую аудиторию.

The article reveals the peculiarities of metaphors used in pseudoscientific discourse. In pseudoscientific discourse metaphors are used as a means of bright image creation, as well as a tool of producing pragmatic impact on their target audience.

В последние десятилетия происходит экспоненциальное развитие всех научных областей. Однако интерес к псевдонаукам не ослабевает. Люди до сих пор пытаются познать себя и заглянуть в будущее посредством таких псевдонаук как астрология, нумерология, тарология и т.п.

Актуальность исследования состоит в необходимости выяснения того, как при помощи языка псевдонауки убеждают свою целевую аудиторию в истинности распространяемых ими знаний, несмотря на то что часто они входят в прямое противоречие с научно доказанными фактами. И одним из инструментов такого воздействия является метафора.

Объект работы – метафора как инструмент воздействия псевдонаучного дискурса на целевую аудиторию.

Материалом исследования послужили русскоязычные астрологические тексты, находящиеся в свободном доступе в сети

Интернет, размещённые в 2020-2025 гг. Посредством приёма сплошной выборки отобрано 56 метафорических конструкций.

При проведении исследования автор работы исходил из того, что метафора представляет собой сложный когнитивный механизм. Она, с одной стороны, помогает номинировать то, что не имеет названия, а с другой стороны, помогает посмотреть на какое-либо явление, у которого есть закреплённый языковой репрезентант, под другим углом 5.

Согласно Арутюновой Н.Д., метафора свойственна научному дискурсу. В научном дискурсе метафора используется для номинации научных фактов 2, выполняя гносеологическую (познавательную) функцию 5. Как отмечает Лосева О.М., в связи с тем, что «научный текст содержит множество теорий и гипотез, отсюда можно сделать вывод: метафора в научном тексте – модель выводного знания» 3. Однако в псевдонаучном дискурсе она служит для создания образности и привлечения внимания целевой аудитории 4. Это связано с тем, что при помощи метафоры образ одного фрагмента действительности «прикладывается» к другому, и чем дальше друг от друга находятся сферы, из которых взяты эти фрагменты, тем ярче получается метафорический образ.

Отобранный материал показал, что в псевдонаучном дискурсе присутствует множество метафорических номинаций, например:

*Так как эта накиштра, в основном, находится в **поле пассивных энергий** Тельца, она обретает способность питать и давать рождение свету 6.*

Подобные метафоры создают яркие образы благодаря использованию лексических единиц, обладающих коннотативным значением.

Кроме того, усилению метафорических образов способствует и использование в ближайшем контексте фразеологических единиц, за которыми в русской лингвокультуре закреплена какая-либо ценность или антиценность. Например, в следующем отрывке метафора *эмоциональная сторона Меркурия* подкрепляется фразеологизмом *пускать пыль в глаза*:

*Меркурию нехорошо попасть в свои накиштры... Однако в них может проявиться духовная сторона Меркурия, равно как его **эмоциональная сторона** и его способность **пускать пыль в глаза** 6.*

При помощи данной метафоры происходит персонификация планеты, благодаря чему целевая аудитория подталкивается к слиянию с этим образом, поскольку у каждого человека есть эмоции.

Также метафоры в псевдонаучном дискурсе всегда погружены в контекст, наполненный эмоционально-оценочной лексикой:

Джйештха позволяет нам достичь **вершины** личностного самовыражения. Но требует **огромного мужества и усилий**. Она означает кармические **битвы**, для **победы** в которых требуется полная мобилизация 6.

В данном фрагменте трудные моменты в жизни человека сопоставляются с битвами, а успех личности сопоставляется с вершиной. При этом контекст наполнен лексемами, содержащими субъективную оценку. Подобное использование метафор нацелено на притупление критического мышления целевой аудитории и её переключение на эмоциональное переживание описываемых ситуаций и создаваемых образов.

Таким образом, в псевдонаучных текстах метафоры используются для намеренного погружения читателя в мир образов и эмоций, отвлекая от рационального осмысления содержания текста.

Литература:

1. Глибина А.А. Особенности метафор псевдонаучного дискурса (на примере астрологических текстов // Современные коммуникативные практики: перспективы развития теоретических и прикладных исследований. – Кемерово, 2025. – С. 153-160.

2. Имашева О.А. Метафора и её интерпретация в научном дискурсе // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. № 6 (42). – С. 1-8. DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.42.34>

3. Лосева О.М. Метафора в научно-техническом тексте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. № 8 (50). Ч. III. – С. 118-121. Имашева О.А. Метафора и её интерпретация в научном дискурсе // Russian Linguistic Bulletin. – 2023. № 6 (42). – С. 1-8. DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.42.34>

4. Телия В.Н. Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – 176 с.

5. Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп. яз. / Общ. ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.

6. Фроли Д. Курс ведической астрологии. Астрология провидцев. Заочный курс ведической астрологии. Американский институт ведических исследований. Ч. III. 2003. – 169 с.

**ТЕЗАУРУСНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ
ТЕРМИНОВ ЦИФРОВОЙ СТОМАТОЛОГИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ СТАТЬИ «DIGITAL CARIES DETECTION
SYSTEMS», DIGITAL DENTISTRY, 2024)**

Е. Е. Тремасова, М. В. Влавацкая

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, katherine28.12.96@yandex.ru**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.фил.н., профессор

Статья посвящена созданию модели тезауруса англоязычных терминов цифровой стоматологии. Рассмотрены определения понятия «тезаурус», приведены этапы создания тезауруса, представлена созданная словарная статья для термина Digital Bitewing Radiograph.

The article is devoted to the creation of a thesaurus model of English-language terms of digital dentistry. The definitions of the concept "thesaurus" are considered, the stages of creating a thesaurus are described, and the created dictionary entry for the term Digital Bitewing Radiograph is presented.

Понятие тезауруса чрезвычайно важно в современной лингвистике. По сравнению с традиционным словарем тезаурус предоставляет более полную информацию о слове, где в словарной статье описываются как лексико-семантические связи терминов, так и логико-понятийные связи, свойственные понятиям.

Тезаурус определяется как усовершенствованная разновидность словаря, в которой представлена информация о семантических отношениях слова или термина (синонимия, антонимия, паронимия, гипонимия, гиперонимия и т.п.) [4].

Тезаурус также характеризуют как целостную лингвистическую модель, призванную классифицировать, хранить и передавать профессиональную информацию в связи с необходимостью упорядочения и стандартизации лексики определенной области знания [1].

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием цифровой стоматологии, и, как следствие, появлением новых терминов и отсутствием унифицированного понятийного аппарата. Разработка модели тезауруса систематизирует термины, описывает семантические и иерархические связи между ними, способствуя эффективной коммуникации как между специалистами в данной области, так и между представителями научного сообщества.

Цель статьи – создание модели тезауруса англоязычных терминов на материале статьи «Digital Caries Detection Systems» (журнал Digital

Dentistry, 2024 г.) для использования специалистами, применяющими цифровые методы в стоматологической практике, а также для представителей научного сообщества, изучающих терминологический аппарат цифровой стоматологии.

Теоретической базой послужили труды в области тезаурусного моделирования И. В. Асмукович, О. В. Бондаренко, Е. В. Виноградовой, Т. Н. Сергеевой и др.

В исследовании были использованы такие методы, как описательно-аналитический, лингвистического конструирования, логико-понятийного представления и контекстуального анализа, а также системное описание.

Тезаурус создается поэтапно. Сначала осуществляется отбор терминов и их группировка по основным семантическим областям. Затем выявляются иерархические и семантические отношения между терминами. После этого строится макро- и микроструктура тезауруса, которая оформляется в цифровом формате для использования в интернете.

Под макроструктурой подразумевается структурная организация тезауруса в целом, под микроструктурой – структурная организация информации по каждому термину в отдельности [3].

Результаты первого этапа – отбор терминов и их группировка по разделам области цифровой стоматологии представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Семантические группы терминов цифровой стоматологии (Digital Dentistry)

Семантическая группы	Термины цифровой стоматологии
Digital Caries Detection System	Digital Bitewing Radiographs, Dental Cone Beam Computed Tomography, Quantitative Light-Induced Fluorescence, Digital Fiber-Optic Transillumination (DIFOTI), Near-Infrared Light Transillumination (NILT), Laser Fluorescence, Laser-Induced Infrared Photothermal Radiometry (PTR), Modulated Luminescence (LUM), Electrical Impedance Spectroscopy (EIS), Digital Photographs and Videos

Окончание Таблицы 1

X-Rays	Digital Bitewing Radiographs, intraoral bitewing radiography, Intraoral radiography, digital radiology, sensors and plates (in digital systems), receivers, receiver systems, RadioVisioGraphy (RVG) system, Photostimulable storage phosphor plate (PSP) system, Charge-Coupled Devices (CCD), Complementary Metal Oxide Semiconductor technology (CMOS), Dental Cone Beam Computed Tomography (CBCT), digital CBCT technique
Visible Light	Quantitative Light-Induced Fluorescence (QLF), QLF technology, light-based devices, Digital fiber-optic transillumination (DIFOTI), Near-Infrared Light Transillumination (NILT), a CCD sensor
Laser Light	Laser Fluorescence, DIAGNOdent pen, Laser-Induced Infrared Photothermal Radiometry (PTR) and Modulated Luminescence (LUM), The Canary System,
Electrical Current	Electrical Impedance Spectroscopy (EIS), Electronic Caries Monitor (ECM), EIS techniques, Electrical current methods
Digital Photographs and Videos	digital extraoral cameras, intraoral cameras

Для тезауруса англоязычных терминов была разработана модель словарной статьи, которая содержит такие словарные зоны к заголовочному слову (термину), как его дефиниция, синоним(ы) и антоним(ы), а также гипоним(ы) и гипероним(ы).

Ниже представим модель словарной статьи для термина Digital Bitewing Radiographs (см. таблицу 2).

Таблица 2. – Модель словарной статьи **Digital Bitewing Radiographs**

Заголовочное слово и его семантические связи	Термин/дефиниция	Пример из статьи
Digital Bitewing Radiographs	<u>Definition:</u> method for detection and evaluation of proximal caries lesions [6].	<i>While the exposure technique of <u>digital bitewing radiographs</u> resembles that of traditional radiographs, the creation and evaluation of the radiographic images differ significantly from conventional ones [5; c 69].</i>
Synonym	Digital bitewing technique	<i>Another emerging advantage of the <u>digital bitewing technique</u> is that these images can be used in caries detection programs using artificial intelligence [5; c 70].</i>
Antonym	Digital extraoral cameras	<i>Mobile phones, <u>digital extraoral cameras</u>, intraoral cameras, and intraoral scanners have come to a very important place in patient evaluation and inform patients today [5; c 75].</i>
Hyperonym	Intraoral radiography	<i><u>Intraoral radiography</u> and especially bitewing radiographs are the most widely used method in the diagnosis of interface caries in the world [5; c 69].</i>
Hyponym	Digital bitewing radiographs using photostimulable phosphor (PSP) plates	<i>Today, in digital bitewing radiography, the image is acquired by two different receiver systems. The first of these is the “RadioVisioGraphy (RVG)” system, and the other is the “<u>Photostimulable storage phosphor plate (PSP)</u>” system [5; c 70].</i>

Таким, образом проведенное исследование позволило создать модель словарной статьи для тезауруса англоязычных терминов. В рамках работы на макроуровне была определена целевая аудитория тезауруса и подобраны источники материала, на микроуровне – для выбранного термина были представлены семантические связи, дефиниция, примеры

из контекста. Результаты данного исследования могут быть использованы не только специалистами в области стоматологии, но и студентами, клиницистами и представителями научного сообщества.

Литература:

1. Асмукович И. В. Моделирование двуязычного терминологического тезауруса по авиации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 11-2(29). – С. 26-30.
2. Бондаренко О. В., Токмакова С. И., Старокожева Л. Ю. Метод цифровой фиброоптической трансиллюминации в диагностике кариеса зубов// Здоровье и образование в XXI веке. – 2016. – № 5. – С. 41–43.
3. Виноградова Е. В. Тезаурусное моделирование как метод выявления терминологической асимметрии в английском и русском языках: на материале судостроительной терминологии: дисс. ... канд. фил. наук: 5.9.8. – Тюмень, 2025. – 225 с.
4. Осокина С. А. Основания лингвистической теории тезауруса: дисс. ... канд. фил. наук: 10.02.19 – Барнаул, 2015. – 465 с.
5. Сергеева Т. Н. Тезаурусное моделирование предметной области «корпусная лингвистика» на материале английского языка // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2009. – № 1(4). – С. 87–91.
6. Delantoni A., Orhan K. Digital Dentistry: An Overview and Future Prospects // Springer Nature, 2024. – 331 p.
7. Göstemeyer, G., Schwendicke, F. Digital Bitewing Radiographs // Detection and Assessment of Dental Caries. Springer, 2019. – P. 119–126.
8. Kumar M, Shanavas M, Sidappa A, Kiran M. Cone beam computed tomography - know its secrets // J Int Oral Health. 2015. – Vol. 7, N 2. – P. 64–68.

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ АТТРАКТИВНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Е. В. Хмелёва

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, ket1911ua@mail.ru**

Научный руководитель: Онал И. О., к. филол. н., доцент

В статье представлены результаты исследования средств реализации категории аттрактивности в туристическом дискурсе на основе интернет-отзывов туристов.

The article presents the results of a study of the means of implementing the category of attractiveness in tourist discourse based on tourists' reviews.

Туризм – одна из крупнейших и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики, оказывающая значительное влияние на социальную, культурную и экономическую жизнь многих стран. В условиях глобализации и роста количества туристических компаний, конкуренция перемещается из плоскости ценовой борьбы в плоскость борьбы за внимание и лояльность потребителя. В связи с этим особую актуальность приобретает изучение способов формирования и трансляции привлекательного образа туристического продукта, способного не только заинтересовать потенциального туриста, но и сформировать навязчивое желание посетить то или иное место. Эта способность находит свое концептуальное выражение в категории аттрактивности, однако стратегии её реализации в туристическом дискурсе остаются недостаточно изученными, что и определяет актуальность данной работы.

Цель исследования – выявление и описание ключевых средств реализации категории аттрактивности в туристическом дискурсе.

Материалом исследования послужили тексты отзывов туристов (на английском языке) с сайтов для поиска и онлайн-бронирования путешествий по всему миру *Tripadvisor* и *Viator*.

Туризм как социально-экономический феномен объединяет различные культуры и предлагает путешественникам уникальную возможность познакомиться с новыми традициями и обычаями. Так как число туристов увеличивается с каждым днём, то растёт и конкуренция между турфирмами. В связи с этим туристический дискурс играет ключевую роль в продвижении туристических направлений и привлечении внимания путешественников.

Методологической базой изучения туристического дискурса является интеграция различных теоретических подходов к пониманию дискурса: как «речи, погружённой в жизнь» [1], социально обусловленной коммуникативной практики [4] и семиотически организованного «возможного мира» [5]. Это позволяет рассматривать туристический дискурс как сложное семиотическое пространство, конструирующее особую реальность путешествия. Таким образом, туристический дискурс – это специфический тип коммуникации, возникающий в сфере туризма и представляющий собой совокупность поликодовых текстов, объединённых общей тематикой (например, информация о туристических направлениях, услугах, экскурсиях и т.д.) с целью привлечения внимания потенциального туриста. Именно эта цель по

созданию привлекательности позволяет говорить об аттрактивности как о системообразующей категории туристического дискурса.

Этимологически понятие «аттрактивность» (*attractiveness*) происходит от английского глагола *attract*, который, в свою очередь, восходит к латинскому *attrahere* (что означает «притягивать» или «тянуть»). Этот латинский глагол состоит из *ad-* (что означает «по направлению к») и *trahere* (что означает «тянуть» или «тащить»). Суффикс *-ness* добавляется к прилагательному *attractive* (привлекательный), образуя существительное *attractiveness* (привлекательность), указывающее на качество или состояние привлекательности [6].

В лингвистике аттрактивность рассматривается как: 1) «свойство лингвистического объекта обращать на себя повышенное внимание аудитории, на которую направлено содержащееся в нём сообщение» [2]; 2) «качественная характеристика реализации дискурса, основанная на активизации дискурсивного мышления коммуникантов, обеспечивающая внимание к сообщению адресата» [3].

В рамках туристического дискурса категория аттрактивности отражает процесс конструирования ценности объекта или места, определяя их как привлекательные для потенциальных туристов. Она коррелирует с теми аспектами и свойствами, которые наделяют туристические направления притягательной силой и вызывают интерес к их посещению.

Категория аттрактивности реализуется в туристическом дискурсе с помощью различных языковых и неязыковых средств. Среди языковых средств это, прежде всего, лексические (эпитеты, метафора, олицетворение и др.) и синтаксические (риторический вопрос, побудительные предложения, повторы и др.) средства выразительности.

Приведём примеры лексических средств выразительности, реализующих категорию аттрактивности в исследуемом материале:

(1) ***Outstanding*** tour of Colosseum, Palatine Hill and Forum. Very educational. Highly recommended especially if you have limited time in Rome (Tripadvisor).

В данном предложении используется эпитет *outstanding*, который выражен прилагательным с положительной коннотацией, формирующим приятное впечатление и демонстрирующим высокую степень качества, выделяя тур среди многих других.

(2) Amy was ***wonderful***. She was ***warm, knowledgeable, and funny***. She had an answer for every question, ***like a college professor*** (Viator).

Эпитеты *wonderful, warm, knowledgeable, funny* служат для описания качеств гида, создавая в сознании читателя целостный и

привлекательный портрет. В данном отзыве также употреблено сравнение *like a college professor*. Поскольку чаще всего профессор в университете ассоциируется с уважаемым, надёжным источником информации, то ассоциация переносится и на гида, подсознательно убеждая читателя в том, что информация от неё будет максимально полной и достоверной.

(3) *Guilia was an **incredible** guide. Her knowledge and insight made this trip **spectacular**. Her stories really **made history come alive**!* (Tripadvisor).

Для того, чтобы подчеркнуть профессиональные навыки гида и выделить тур среди множества других предложений, были задействованы эпитеты *incredible, spectacular*. Олицетворение *history come alive* подчёркивает, что истории гида были настолько увлекательными и яркими, что они смогли «оживить» прошлое, сделав его осязательным и понятным, что не каждому под силу.

Наряду с языковыми, в реализации категории аттрактивности в туристическом интернет-дискурсе участвуют неязыковые средства. Как утверждает С. Францескони, в условиях глобализации «коммуникация в сфере туризма становится всё более мультимодальной» [7]. Это значит, что для привлечения внимания потенциального туриста в вербальный текст интегрируются графические, иконографические и фотографические элементы (неязыковые средства).

Для полного погружения в атмосферу и привлечения внимания к тому или иному месту туристы к своему отзыву прикрепляют фотографии (Рисунок 1). Так как люди склонны сначала просматривать изображения, а затем читать текст, фотографии помогают мгновенно привлечь внимание потенциального туриста; они гораздо быстрее и эффективнее вызывают эмоциональный отклик, чем текст.

(4) *Humi was outstanding. A master of her trade. She knew where to take you to get you through lines fast and where to get them best photo opportunities. Highly recommend his tour* (Tripadvisor).



Рис. 1 – Дополнение к примеру 4

Помимо изображений туристических мест, в исследуемом материале были выявлены и графические средства реализации категории аттрактивности.

(5) *I went with low expectations and was pleasantly surprised! It was a wonderful couple of hours and we saw 4 old the big 5, only missing the leopard WHICH IS NOCTURNAL! (Viator).*

Нередко для того, чтобы информация стала заметнее и «бросалась в глаза», участники интернет-общения выделяют её заглавными буквами. Такой способ помогает сфокусировать внимание потенциального клиента на самых важных деталях, даже при быстром просмотре текста.

В текстах отзывов часто встречаются различные виды эмодзи (каомодзи, эмотиконы, смайлы и т.д.), которые, как и фотографии, помогают заинтересовать читателя.

(6) *Great hike, it was quite challenging but we enjoyed every bit of it (^_^) The guide is awesome, local and experienced (Viator).*

(7)...*The lagoon was absolutely gorgeous!!!* 🥰🥰🥰 (Tripadvisor).

(8) *A very nice experience, the places were beautiful to see. Our guide made sure we had a great time. I highly recommend :) (Tripadvisor).*

В потоке многочисленных отзывов эмодзи выделяются и мгновенно привлекают взгляд читателя, помогая ему быстро уловить коннотацию сообщения. Эмодзи служат некими «визуальными сигналами», которые развлекают сплошной текст и делают его лёгким и привлекательным для восприятия.

Таким образом, категория аттрактивности является одним из системообразующих элементов туристического дискурса, непосредственно связанным с его основной целью – привлечением внимания и формированием желания посетить туристический объект. Категория аттрактивности реализуется с помощью комплекса языковых и неязыковых средств. Наиболее часто используемыми языковыми средствами являются эпитеты, сравнение и олицетворение, в то время как среди неязыковых средств преобладают фотографии и эмодзи. Совокупность данных средств создаёт привлекательный образ туристического продукта, оказывая влияние на выбор потенциального путешественника.

Литература:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137. – URL: <https://tapemark.narod.ru/les/136g.html> (дата обращения: 28.10.2025). – EDN YKLEVT.
2. Максименко О. И., Подрядова В. В. Аттрактивность в теории языка // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. – 2013. – № 1 (1). – С. 66-73.

3. Орсоева А. А., Серебренникова Е. Ф. Коммуникативное текстовое событие и способы его аттрактивного конструирования в медийном пространстве // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14, № 11. – С. 3520-3525.
4. Силантьев И. В. Текст в системе дискурсных взаимодействий // Критика и семиотика. – 2004. – № 7. – С. 98-123.
5. Степанов Ю. С. Язык и Метод. К современной философии языка. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
6. Definition of Attractiveness [Electronic resource] // Definition GO! – URL: <https://definitiongo.com/attractiveness/> (accessed: 25.10.2025)
7. Francesconi S. Innovation in medium // Generic integrity and innovation in tourism texts in English. – Trento, 2012. – P. 43-63
8. Tripadvisor [Electronic resource]. – URL: <https://www.tripadvisor.ru/> (accessed: 30.10.2025).
9. Viator [Electronic resource]. – URL: <https://www.viator.com/> (accessed: 30.10.2025).

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ В УСЛОВИЯХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «ЧЕЛОВЕК – ЧАТ-БОТ»

Э. Э. Цыренова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, elina.ts.134@mail**

Научный руководитель: Семкова А. В., к.фил.н., доцент.

В статье рассматриваются лингвопрагматические особенности диалогической речи в коммуникации человека с искусственным интеллектом. В результате исследования выделены ключевые прагматические стратегии, используемые школьниками, такие как упрощение синтаксиса, эллиптичность, тестирование границ речевой модели бота и имитация социально-ролевого взаимодействия.

The article discusses the linguistic and pragmatic features of dialogic speech in human communication with artificial intelligence. As a result of the research, key pragmatic strategies used by schoolchildren are highlighted, such as syntax simplification, ellipticity, testing the boundaries of the speech model of the bot and imitation of social role interaction.

Стремительное развитие технологий искусственного интеллекта и их интеграция в повседневную жизнь трансформируют коммуникативные практики современного общества. Чат-боты, основанные на больших языковых моделях, становятся полноправными участниками

коммуникации, что обуславливает актуальность лингвистических исследований в области взаимодействия «человек – чат-бот». Особый интерес представляет речевое поведение молодого поколения, наиболее адаптированного к цифровой среде.

Объектом данного исследования является диалогическая речь в коммуникации «человек – чат-бот». **Предметом** – лингвопрагматические особенности данной речи, проявляющиеся на уровне речевых актов, стратегий и тактик.

Цель работы – выявить и систематизировать специфические черты диалогической речи школьников в процессе взаимодействия с чат-ботом. Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Организовать и провести эксперимент по сбору диалогов между школьниками и нейтральным чат-ботом.
2. Проанализировать собранный эмпирический материал с позиций лингвопрагматики.
3. Классифицировать обнаруженные речевые особенности и модели поведения.

Гипотеза исследования заключалась в предположении, что диалог с чат-ботом характеризуется рядом специфических прагматических черт, отличных как от межличностного общения, так и от формального человеко-машинного интерфейса, и представляет собой гибридный тип дискурса.

Методология и материалы исследования. Эмпирическую базу исследования составили 30 диалогов, собранных в ходе эксперимента с участием школьников в возрасте 8-10 лет. Эксперимент проводился в контролируемых условиях. Участникам была поставлена единая задача: «Провести приветственный диалог с чат-ботом». Использовался стандартный чат-бот с открытым API (например, на базе модели GPT-4), что обеспечивало нейтральность и предсказуемость его ответов, минимизируя влияние личности бота на инициацию тем.

Методом сплошной выборки из диалогов были извлечены реплики пользователей (школьников). Для их анализа применялся метод лингвопрагматического анализа, направленный на выявление интенций говорящего, используемых речевых актов, по классификации Дж. Остина и Дж. Серля и коммуникативных стратегий. Дополнительно использовался метод классификации и систематизации для группировки выявленных особенностей.

Анализ 30 диалогов позволил выявить и систематизировать следующие лингвопрагматические особенности диалогической речи школьников, адресованной чат-боту.

1. Стратегия синтаксического и лексического упрощения.

Большинство реплик школьников отличались структурной простотой. Преобладали простые нераспространенные и распространенные предложения [3]: «Как тебя зовут?», «Ты кто?», «Сколько тебе лет?», «Что ты умеешь?». Данная стратегия свидетельствует о бессознательной адаптации пользователей к воспринимаемому «порогу понимания» машины, даже когда используются продвинутые языковые модели [5].

2. Эллиптичность и контекстуальная зависимость реплик.

После установления контакта школьники активно использовали эллипсис, предполагая, что бот сохраняет контекст [4]. Пример диалога:

Ученик: «Как тебя зовут?»

Бот: «Меня зовут Ассистент. А как зовут тебя?»

Ученик: «. А откуда ты?» (вместо полной формы «Аня. А откуда ты, Ассистент?»).

Эта особенность сближает диалог «человек-бот» с естественным человеческим общением, где эллипсис является нормой [3].

3. Стратегия тестирования границ речевой модели.

Значительное количество диалогов содержало реплики, направленные на проверку интеллектуальных и коммуникативных возможностей бота [2]. Это проявлялось в задавании каверзных или абсурдных вопросов. Примеры: «Ты живой?», «Что было раньше, курица или яйцо?», «Спой песню!».

Подобные речевые акты (вопросы и побуждения) демонстрируют, что пользователи не просто получают информацию, а активно исследуют природу собеседника, что является уникальной чертой именно человеко-машинного диалога.

4. Имитация социально-ролевого взаимодействия.

Несмотря на осознание искусственной природы собеседника, школьники часто использовали формулы вежливости и модели поведения, характерные для общения с человеком. Примеры: «Привет!», «Спасибо», «Пока!», «Было приятно пообщаться».

Это указывает на перенос привычных социальных скриптов в новую коммуникативную среду. Однако, в отличие от межличностного общения, эти формулы носят часто формальный, не подкрепленный глубокой интенцией характер [4].

5. Преобладание информативных и побудительных речевых актов.

Классификация реплик по иллокутивной функции показала явное доминирование запросов информации (вопросительные императивы и вопросительные предложения) и побуждений к действию [1; 2].

Вопросы: «Кто тебя создал?», «Какая сегодня погода?». Побуждения: «Расскажи анекдот», «Напиши стих».

Комиссивные, например, обещания и экспрессивные, например, благодарность, извинения, акты встречались реже и были вторичны, обычно являясь реакцией на действия бота. На основе проведенного анализа можно систематизировать выявленные черты в следующую модель:

Таблица 1 – Систематизация лингвопрагматических особенностей диалогической речи в коммуникации «человек – чат-бот»

Группа особенностей	Характеристика	Пример реплики
Структурно-синтаксические	Упрощение синтаксиса, эллиптичность	«Как дела?», «А ты?»
Прагматико-стратегические	Тестирование модели, имитация социальности	«Ты меня понимаешь?», «Привет!», «А откуда ты?»
Иллокутивные	Доминирование вопросов и побуждений	«Что ты умеешь?», «Напиши сочинение», «Спой песню!»

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о наличии специфических лингвопрагматических особенностей в диалогической речи школьников, взаимодействующих с чат-ботом. Диалог «человек – чат-бот» представляет собой гибридный дискурс, для которого характерно:

1. Структурное упрощение высказываний при одновременном использовании эллипсиса, что отражает адаптацию к интерфейсу с сохранением элементов естественности.
2. Активная стратегия тестирования границ понимания и возможностей искусственного интеллект, что отличает его от общения с человеком.
3. Формальная имитация социально-ролевого поведения (например, приветствие, благодарность и т.п.), которая, однако, лишена глубинной мотивации, свойственной человеческой коммуникации.
4. Четкая ориентация на получение услуги или информации, что проявляется в доминировании вопросительных и побудительных речевых актов.

Систематизация этих признаков позволяет глубже понять механизмы адаптации человеческого языка к новым цифровым реалиям.

Перспективы исследования видятся в сравнительном анализе диалогов с разными типами чат-ботов (развлекательными, учебными, сервисными), а также в изучении долгосрочных изменений в речевом поведении при регулярном взаимодействии с искусственным интеллектом.

Литература:

1. Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 22–129.
2. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. – Вып. 17. – С. 151–169.
3. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: ИКАР, 2007. – 480 с.
4. Янц Т. А. Коммуникация с искусственным интеллектом: лингвистический аспект // Вопросы психолингвистики. – 2021. – № 3 (49). – С. 78–95.
5. Clark E. et al. The Power of AI Persuasion: A Study of ChatGPT's Impact on Opinion and Argumentation // Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction. – 2023. – Vol. 7. – P. 1–24.

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦУЗСКОЙ ПРЕССЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТОРЫ ИНТЕГРАЦИИ

В. В. Чернова

**Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, chernova.viktoriiiaa@gmail.com**

Научный руководитель: Фефелова Е. С., ст.преп. кафедры ИЯ ГФ

Статья посвящена исследованию англицизмов в современной французской прессе, их типологии, причинам проникновения и факторам интеграции. Рассматриваются лингвистические и социокультурные аспекты использования англицизмов в газетно-публицистическом стиле, а также влияние глобализации, информационных технологий и медиасреды на французский язык.

The article investigates Anglicisms in contemporary French press, their typology their typology, reasons for adoption, and integration factors. Linguistic and socio-cultural aspects of Anglicisms in journalistic style, as well as the influence of globalization, information technologies, and media on the French language, are analyzed.

Современный французский язык претерпевает активную трансформацию под влиянием глобализации и международного общения, что особенно ярко проявляется в языке средств массовой

информации. Французская пресса использует англицизмы для обозначения явлений политики, экономики, культуры и технологий, отражая тем самым новые реалии общества и тенденции развития языка. Значительный рост частотности употребления заимствованных элементов вызван широким распространением информационных технологий и статусом английского как языка международного общения.

Процесс межкультурного взаимодействия находит непосредственное отражение в лексико-семантическом составе языков через появление заимствованных единиц. Под «заимствованием» понимается процесс принятия одним языком чужого слова, выражения или значения, а также сам этот элемент [1]. Этот процесс способствует обогащению лексики, служит источником новых основ и терминов. Англицизмы, как лексические заимствования из английского языка, массово проникают в другие языковые системы.

Исследователи выделяют ключевые факторы заимствования англицизмов. М.А. Брайтер определяет три основные причины: отсутствие нужного понятия в языке-реципиенте (например, *badge*, *scanner*); необходимость точной номинации; мнение, что иностранные технологии и продукция лучше отечественной [2].

К этим факторам также могут добавляться конкретные исторические события, высокий престиж языка-источника и господствующее экономическое или культурное влияние.

В научной литературе представлены различные классификации англицизмов. Е.А. Войнова различает семантические заимствования, кальки и собственно заимствованные слова [3]. Более детальная классификация предложена А.А. Сидоровым, который выделяет: денотативные заимствования для обозначения отсутствующих реалий (*brainstorming*, *crowdfunding*); коннотативные заимствования, заменяющие существующие эквиваленты (*shopping* вместо *courses*); двойные заимствования, когда ранее заимствованное слово возвращается с новым значением (*humour*); заимствование словообразовательных элементов (суффикс *-ing*, префикс *e-*) [4].

На практике встречаются различные формы адаптации англицизмов. Существуют слова, которые сохраняют исходную форму (*week-end*, *live*, *marketing*), другие получают французские окончания или видоизмененную орфографию (*to customize* - *customiser*, *to like* - *liker*, *to boost* - *booster*). Появление гибридных форм свидетельствует о продуктивности англицизмов и их включении в словообразовательную систему французского языка.

Социолингвистический аспект проявляется в том, что некоторые слова приходят в СМИ потому, что звучат «модно», то есть имеют некий

престиж и передают нужную эмоцию. «Le look» воспринимается как более лёгкое и привлекательное, чем французский аналог «le magasinage».

Важнейшую функцию в механизме языкового заимствования выполняют средства массовой информации. По мнению Матюшенко, где интенсивное внедрение англо-американской лексики во французский язык особенно заметно проявляется в газетном языке, который, как правило, оперативно откликается на все изменения, происходящие в общественной жизни [5].

Газетно-публицистический стиль, обладающий открытостью и способностью к интеграции разнородных элементов, является основным каналом проникновения англицизмов. Будучи ориентированным на массовую и социально неоднородную аудиторию, он вынужден оперативно реагировать на актуальные события и возникающие в обществе новые явления, для описания которых в принимающем языке часто отсутствуют готовые номинативные единицы.

Публицистика функционирует как динамичная лингвистическая экосистема, где иноязычные вкрапления не просто допускаются, но и проходят естественный процесс семантической и грамматической адаптации. В результате англицизмы, проникнув через этот канал, получают широкое распространение, постепенно эти слова перестают восприниматься как чужие и постепенно входят в общеупотребительный лексикон, утрачивая прямую связь с источником заимствования [6].

Современная пресса демонстрирует активное усвоение английской лексики, которое выходит за рамки простого заимствования: происходит морфологическая и семантическая интеграция иноязычных единиц в структуру родного языка. Заимствованные слова не только приобретают грамматические категории (склонение, род, число), но и наполняются новыми смыслами и оттенками, которые характерны для языка СМИ.

На процесс заимствования существенно влияют как технологические, так и социальные факторы. В частности, молодежная аудитория, активно использующая англоязычную лексику в цифровой среде (социальные сети, блоги, мессенджеры), формирует новые коммуникативные практики. Эти практики постепенно проникают и в традиционные медиа, где журналисты стремятся адаптировать свой язык под ожидания и речевые предпочтения читателей. Таким образом, пресса не только отражает, но и усиливает тенденции языковой динамики, способствуя дальнейшему распространению англицизмов в повседневной речи.

Однако часть аудитории и языковых институтов воспринимает англицизмы как угрозу чистоте языка. Ещё в XX веке французские филологи предупреждали об опасности концепта «franglais» — смешения

французского и английского языков, впервые введенного Морисом Ратом и популяризированного Рене Этьемблом, который отражает тревогу по поводу чрезмерного проникновения английских заимствований и необходимость сохранения языковой идентичности. Ученый настаивал на систематической замене английских заимствований французскими эквивалентами как мере защиты языковой чистоты.

Интенсивное проникновение англоязычной лексики в речевую практику может негативно сказываться на устойчивости языковой нормы. Бесконтрольное заимствование иноязычных терминов без их полноценной адаптации к грамматическим и семантическим особенностям родного языка может привести к нарушению традиционных языковых структур. Кроме того, избыточное употребление англицизмов создаёт барьеры для восприятия информации: тексты, насыщенные неадаптированными заимствованиями, становятся менее понятными для широкой аудитории, особенно для тех, кто не владеет английским языком или не знаком с актуальными трендами цифровой коммуникации.

В связи с этим встают важные вопросы о целесообразности и степени интеграции англицизмов в различные сферы общения. Актуальной задачей становится поиск баланса между необходимостью отражать глобальные тенденции и сохранением идентичности, доступности и функциональности родного языка.

С одной стороны, интеграция англицизмов – это естественный процесс обогащения языка, отвечающий потребностям точной номинации новых явлений. Они помогают прессе оперативно реагировать на новые явления, передавать точные номинации и создавать эмоционально-оценочный контекст. С другой – это область напряженности, где сталкиваются тенденции глобализации и стремление к сохранению национальной языковой идентичности. Французские СМИ отражают естественное развитие языка, которое помогает ему адаптироваться к современному миру.

Литература:

1. Брайтер М. А. Англицизмы и американизмы в русском языке и отношение к ним. - СПб: Изд-во Санкт-Петербургского университета (СПбГУ), 2000. - 151 с.
2. Войнова Е. А. Лексикология современного английского языка. - М.: Акад. изд-во МЭГУ, 1996. - 163 с.

3. Матюшенко М. С. Англоязычные заимствования-неологизмы во французских слоганах (на материале прессы) // Вестник Московского государственного областного университета. - 2018. - №2. - С. 170-180.

4. Сидоров А. А. Морфологическая адаптация англицизмов в современном французском языке // Вестник Томского государственного университета. — 2015. — № 399.

5. Синицын А. В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.05: дис. М., 2014. - 23 с.

6. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь: Языкознание. - М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. - 507 с.

HASSU: ОТ ПОРОЖДЕНИЯ К ПРАВЛЕНИЮ. БОЖЕСТВЕННЫЙ АВТОРИТЕТ В ИНДОЕВРОПЕЙСКОЙ МИФОЛОГИИ

М. А. Щеголев

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, forsmax@gmail.com**

Научный руководитель: Проскурин С. Г., д.ф.н., профессор

*В статье исследуется сакральная легитимация власти в индоевропейских обществах через анализ глубинной связи между концептами «порождения» и «правления». Реконструируется праиндоевропейский концепт *h₂e/ons-, обозначавший божественную силу как источник жизни и власти. Правитель в архаической парадигме воспринимался не как администратор, а как носитель жизнеотворяющей энергии, обеспечивающий миропорядок и плодородие, что отразилось в ведийской, иранской, хеттской и германской традициях.*

*The article explores the sacred legitimization of power in Indo-European societies through an analysis of the deep connection between the concepts of "generation" and "rule". The PIE concept *h₂e/ons-, which designated divine power as the source of life and power, is reconstructed. In the archaic paradigm, the ruler was perceived not as an administrator, but as a carrier of life-giving energy, ensuring world order and fertility. It was reflected in the Vedic, Iranian, Hittite and Germanic traditions.*

Проблема сакральных основ власти и ее легитимации является одной из центральных в изучении древних обществ. Власть правителя в архаических культурах редко сводилась к чисто светским функциям военного предводителя или администратора; ее ядро составляла сложная совокупность религиозных представлений, мифологических моделей и ритуальных практик. В рамках индоевропейской традиции, восстанавливаемой по данным сравнительно-исторического языкознания

и мифологии, прослеживается глубоко архаичный концепт, связывающий в единый узел идеи божественного авторитета, акта порождения жизни и установления миропорядка.

Данное исследование ставит своей целью выявить и проанализировать семантическую и мифологическую связь между понятиями «порождения» и «правления» на материале индоевропейских языков и верований. Ключевым объектом анализа выступает хеттский термин *ḫaššu-* «царь» и его этимологическая параллель с глаголом *ḫāš-/ḫašš-* «порождать». Эта парадигма, нашедшая отражение в таких значимых лексических группах, как древнеиндийское *ásura-* и германское *ansuz-/Æsir*, позволяет реконструировать праиндоевропейский концепт **h₂éns-u-*, обозначавший божественную или царскую силу, укорененную в самой жизнеотворяющей энергии.

Зарождение жизни, как и установление правления, часто воспринимается как акт, санкционированный божеством. Так, лексический набор, относящийся к семантической сфере силы и/или авторитета – это группа слов, включающая древнеиндийское *ásura-* и авестийское *ahura-* «господин» (обычно обожаемый), хетт. *ḫaššu-* «царь» и группу германских божеств, известных в древнесканд. как *Æsir* и прагерм. **ansuz*. Они реконструируются соответственно, как **h₂ns-u-ró-*, **h₂ns-ú-* и **h₂ó/áns-u-*. Вероятно, что слова, обозначающие «царь, владыка, бог», связаны с хеттским глаголом *ḫāš-/ḫašš-* «порождать, производить», от **h₂o/ans-*. Ф. Зоммер отмечал параллелизм хеттского *ḫāš-/ḫašš-* «порождать» с *ḫaššu-* «король», происходящих от одного корня, и семейства англ. *kin* с *king* (прагерм. **kuningaz*), происходящих от индоевроп. корня **ǵenh₁-* с тем же значением «порождать». На правителя смотрели как на символического вдохновителя своих подданных. Это понятие до сих пор присутствует в метафоре «father of his country», которая прослеживается еще более ясно в лат. *pater patriae* [3].

Другие индоевропейские слова, обозначающие «короля», указывают на следующие семантические аспекты королевской власти и царского сана. Существительное с древним корнем **h₃rēǵ* встречается только на дальнем западе (лат. *rex*, ирл. *rí*) и дальнем востоке (вед. *rāj*, авест. *bərəzi-rāz* «правлящий на высоте»). Это существительное происходит от греч. *ὀρέγω* «вытягиваться», лат. *regō* «править», вед. *rāj* «вытягиваться прямо» и целого набора форм, построенных на метафоре «прямой, правильное» и «править, повелевающий, регулирующий». Авест. *rāzarə* по-разному переводится как «тайнство», «приказ» и даже «молитва». Видна еще одна метафора, обозначающая руководство или власть в «Авесте» («Ясна», 50.6, перевод наш): «[должно проинструктировать Заратустру], чтобы он служил возничим в моем тайнстве/молитве». Метафора правителя как

возничего повторяется в древнеирландском тексте «Завещание Моранна» [2] и часто встречается в «Ригведе». Вед. *ásura*, прагерм. **ansuz*, хетт. *ḫaššu* могут быть связаны с техническим термином, обозначающим средство, с помощью которого возница направляет своих лошадей и управляет ими: «вожжи» греч. и ирл. **ans-io* от одного и того же индоевропейского корня **h₂ns* или **h₂ans*. Поводья и вожжи в анатолийской культуре также указывают на власть [1].

Концепция правителя как «отца» или «родителя» своего народа является лишь частным проявлением более архаичной и фундаментальной идеи: царь есть не просто администратор или военный лидер, но живое воплощение порождающего, оплодотворяющего и упорядочивающего начала. Его власть (**h₂ns-u-*) проистекает из той же жизненной силы, что и способность к порождению (**h₂e/ons-*). Он не просто управляет уже существующим сообществом – он, подобно божеству-демиургу, является источником его жизнеспособности, роста и процветания. В этом контексте хеттский царь, **ḫaššu-*, выступает как космический центр, обеспечивающий плодородие земли, изобилие и непрерывность жизни через сакральную связь с богами. Его правление – это продолжение акта божественного творения на уровне человеческого общества.

Эта модель находит яркое отражение в ведийской концепции *ṛtá* (мировой порядок, закон, истина), поддержание которого является главной обязанностью царя (*ṛājān-*). Царь, будучи «воплощением богов на земле» (Шатапатха-брахмана), своим правлением (*ṛāṣṭra-*) буквально «удерживает» царство в состоянии *ṛtá*, противостоя хаосу (*ánṛta*). Аналогично, в скандинавской мифологии асы (*Æsir*), чье имя восходит к тому же корню, являются богами-устроителями, создающими и поддерживающими космос (*miðgarðr*) в противовес силам хаоса (етуны, чудовища). Их власть (*ansuz*) – это не просто сила, но авторитет, основанный на акте творения и знании священных рун.

Идея порождающей силы царя часто реализуется в ритуале «священного брака» (иерогамии), где правитель выступает в роли супруга богини земли или плодородия. Хеттские тексты, такие как праздник *ḫaššumaš*, описывают ритуалы, в которых царь и царица исполняли роли божеств, обеспечивая тем самым плодородие страны. Этот ритуал можно рассматривать как магическое воспроизведение изначального акта порождения, делегированного царю богами. Его *ḫaššu-*ство (царственность) является залогом эффективности этого действия.

Порождающая сила, передаваемая по царскому роду, находит свое выражение в концепции «царской удачи» или харизмы. В древнеиндийской традиции это *śrī*, богиня процветания, неразрывно

связанная с праведным правителем. В иранской традиции – это *xʷarənah* (фарн), сияющая слава, божественная благодать, обитающая на законном царе и покидающая узурпатора или грешника. Эта «удача» понимается не как случайность, а как материальное проявление внутренней, присущей ему божественной силы к порождению и поддержанию порядка. Литовский термин *laimė* (счастье, судьба), родственный славянскому *ľstь* (хитрость, но изначально, вероятно, «знак удачи»), также указывает на сакральный статус правителя как носителя благой доли для всего племени.

Рассмотренный семантический и мифологический комплекс «порождение» → «правление» не остался в прошлом. Он лег в основу развитых политических теологий древних обществ. В Римской империи титул *Augustus* (возвеличенный, священный) подчеркивал сакральный статус императора, а культ императора, особенно на Востоке, прямо отождествлял его с благодетельным, порождающим божеством. Идея, что благополучие государства напрямую зависит от личных качеств и сакральной легитимности правителя, является прямым наследием индоевропейской концепции *ḥaššu*-авторитета.

Проведенное исследование демонстрирует устойчивость и глубину индоевропейского концепта, связывающего власть с актом порождения. Реконструируемый на основе лингвистических данных праиндоевропейский корень **h₂e/ons-*, породивший такие значимые термины, как хетт. *ḥaššu-* («царь»), др.-инд. *ásura-* и прагерм. *ansuz-* («бог, господин»), указывает на изначальное единство семантических полей «творить жизнь» и «осуществлять правление». Эта архаичная идея получила разнообразное развитие в дочерних традициях. Метафора власти как «вожжей», направляющих народ, и отождествление правителя с «отцом» страны являются частными проявлениями этой фундаментальной модели, где авторитет проистекает из сакральной способности к порождению и упорядочиванию.

Литература:

1. Луна, упавшая с неба. Древняя литература Малой Азии. Пер. с древнемалоазиатских языков, вступит. статья и коммент. Вяч. Вс. Иванова. – М., «Худож. лит.», 1977 г. – 317 с.
2. Kelly F. A guide to early Irish law. – Dublin: Dublin Institute for Advanced Studies, 1988. – 358 p.
3. Watkins C. How to Kill a Dragon: Aspects of Indo-European Poetics. – New York: Oxford University Press, 1995. – 613 p.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕМЫ КАК ФОРМА ЦИФРОВОЙ ЗАГАДКИ: ПРАГМАТИКА И СЕМИОТИКА

Д. А. Юдин

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, iudindanila00@gmail.com

Научный руководитель: Ледовских А. Ю., к.фил.н.

Исследование посвящено сравнительному анализу интернет-мемов и архаических загадок как лингвосемиотических феноменов. Выявлены сходства между этими жанрами, а также специфика их функционирования в цифровой среде. В статье были проанализированы механизмы кодирования смысла, роль культурного кода и стратегии декодирования. Результаты работы могут быть использованы для дальнейших исследований в данной области.

The study presents a comprehensive comparative analysis of internet memes and archaic riddles as linguo-semiotic phenomena. In the article the mechanisms of meaning encoding, the role of cultural code, and decoding strategies are analyzed. Similarities between these genres are identified, along with their specific functioning in the digital environment. A system of parameters for comparative analysis has been developed. The results can be further studies in this area of research.

Введение. Современная цифровая коммуникация характеризуется возрастающей ролью интернет-мемов как значимого элемента повседневного дискурса. Несмотря на кажущуюся спонтанность и развлекательный характер, мемы демонстрируют сложную организацию, требующую специального анализа. Интернет-мемы представляют собой лингвосемиотические конструкты, функционирующие на пересечении вербального и визуального дискурсов [4].

Актуальность исследования обусловлена необходимостью осмысления трансформации культурных кодов в условиях цифровизации общества. Изучение мемов как современных аналогов архаических загадок позволяет выявить универсальные механизмы смыслопорождения, сохраняющиеся при смене коммуникативных парадигм.

Цель работы состоит в выявлении и системном описании сходств и различий между интернет-мемами и архаическими загадками на структурном, функциональном и прагматическом уровнях.

Материалы и методы. Эмпирическую базу исследования составили два корпуса текстов: сборник архаических загадок Д. Н. Садовникова «Загадки русского народа» (1875) и репрезентативная выборка интернет-мемов, отобранных по типам культурного кода и языковым механизмам.

Методологическая основа включает сравнительно-сопоставительный анализ, семиотический анализ знаковых систем, метод классификации и

контекстуальную интерпретацию. Для системного сравнения была разработана система параметров, охватывающая шесть аспектов: структурный, функциональный, прагматический, семиотический, коммуникативный и креативный.

Результаты и их обсуждение. Структурный анализ выявил наличие общей бинарной организации в обоих жанрах. Загадка характеризуется чёткой композиционной структурой «описание-отгадка» [1]. Интернет-мем, в свою очередь, демонстрирует более сложную организацию, сочетая визуальный компонент, вербальную надпись и имплицитный культурный контекст. Функциональный анализ показал трансформацию базовых функций при сохранении их сущностных характеристик. Архаическая загадка реализовывала когнитивную, социализирующую и ритуальную функции. В интернет-мемах наблюдается похожий набор функций, адаптированный к условиям цифровой среды: идентификационная, коммуникативная, компенсаторная и развлекательная функции. Прагматический аспект исследования выявил ориентацию обоих жанров на реципиента, обладающего специфическим культурным кодом [2]. Успешность декодирования загадки определялась общностью "фольклорной компетенции", тогда как для понимания мемов необходима "цифровая компетенция", включающая способность к интертекстуальному анализу. Семиотический анализ продемонстрировал различия в знаковой организации исследуемых феноменов. Архаическая загадка оперировала преимущественно вербальными знаками с преобладанием символических и иконических компонентов [3]. Интернет-мем представляет собой гибридный знак, интегрирующий иконические (изображение), индексные (связь с актуальным контекстом) и символические (вербальная составляющая) элементы. Коммуникативная модель эволюционировала от структуры «загадывающий-отгадывающий» к системе, где пользователи одновременно выступают в роли создателей, распространителей и интерпретаторов контента. Креативный аспект выявил фундаментальные различия в механизмах порождения текстов. Архаическая загадка существовала в рамках канонической традиции с ограниченной вариативностью, тогда как интернет-мем характеризуется перманентной рекомбинацией и трансформацией исходных элементов.

Закключение. Проведённое исследование позволяет утверждать, что интернет-мемы могут рассматриваться как функциональные аналоги архаических загадок, адаптированные к условиям цифровой коммуникации. Сохранение базовых механизмов смыслопорождения при изменении внешней формы свидетельствует об устойчивости определённых культурных паттернов. Выявленные сходства и различия

демонстрируют как преемственность механизмов культурной передачи, так и их специфическую трансформацию в цифровой среде. Разработанная система параметров для сравнительного анализа может быть применена для исследования других форм цифровой коммуникации. Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов в образовательном процессе при изучении цифровой грамотности, семиотики и межкультурной коммуникации, а также в дальнейших исследованиях интернет-дискурса.

Литература:

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собрание сочинений: в 7 т. – М.: Русские словари, 1996. – Т. 5. – С. 159–206.
2. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
3. Митрофанова В. В. Русские народные загадки. – Л.: Наука, 1978. – 208 с.
4. Шифман Л. Мемы в цифровой культуре. – М.: Рипол-классик, 2021. – 312 с.

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО
НА РУССКИЙ ЯЗЫК ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ
В ОБЛАСТИ ЭКОЛОГИИ**

Е. В. Алейникова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, lizaaleynikova16@yandex.ru**

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к.ф.н., доцент

В статье анализируются основные особенности перевода субтитров на материале документального фильма экологической тематики. В ходе исследования были выявлены наиболее эффективные стратегии трансформации для передачи прагматического воздействия оригинала.

The article analyzes the main features of the translation of subtitles based on the material of an environmental documentary. The study identified the most effective strategies and transformations to convey the pragmatic impact of the original.

К адаптации жанров аудиовизуального перевода предъявляются особые требования, обусловленные их специфической природой, целевой аудиторией и методом распространения. При этом необходимо обеспечить высокое качество адаптации, то есть не только точную передачу смыслового содержания, но и коммуникативный эффект на реципиента, а также учет технических ограничений.

Актуальность исследования обусловлена ростом потребности в создании качественных переводов кинофильмов, научным интересом к аспектам, связанным со спецификой перевода кинокартин в форме субтитров, а также к вопросам применения субтитрирования к документальным фильмам при осуществлении их перевода с английского языка на русский.

Цель исследования – рассмотрение специфики перевода субтитров с английского на русский документальных фильмов.

Материалом исследования послужил аудиовизуальный контент на английском языке – документальный фильм ‘Happening: A Clean Energy Revolution’ 2017 г. общей длительностью 72 минуты 31 секунда (режиссер Дж. Редфорд, продюсерская компания Big Picture Ranch) [6]. В качестве материала для анализа переводческих решений были использованы официальные русскоязычные субтитры фильма под

названием «Энергетическая революция сегодня» общей длительностью 72 минуты 30 секунд – локализованный вариант для российского проката 2018 г. [4]. Перевод и адаптация были выполнены профессиональными переводчиками студии ООО «Кино без границ».

Режиссера исследует, способна ли альтернативная энергетика полностью обеспечить планету. В фильме продемонстрированы истории людей, которые рискнули внедрить в жизнь новаторские решения в области возобновляемой энергетики.

Субтитрование, как разновидность аудиовизуального перевода, может определяться как сжатый или сокращенный перевод реплик, передающий ключевую смысловую нагрузку оригинальных диалогов и отображаемых в виде текста поверх неизменного видеоряда [1] либо как размещение в нижней части экрана строк текста на языке перевода, в свою очередь эти строки передают основную смысловую нагрузку оригинальной речи или внутрикадровых надписей [3]. Как отмечает Хорхе Диас Синтас переводчик должен понимать все сложность аудиовизуального произведения, так как происходящее на экране и сопровождающий его текст неразрывно связаны [5].

Субтитрование как текстовое сопровождение кинофильма на языке перевода в обязательном порядке должно отвечать специфическим требованиям, т.к. существуют физиологические особенности восприятия фильма зрителями и технические нюансы его воспроизведения. Как отмечает Р.А. Матасов, качественные субтитры характеризуются естественностью, динамичностью, лаконичностью, способностью к обобщению и допустимой степенью смыслового отступления от оригинала [2] с тем, чтобы они не вызывали у зрителей трудности при прочтении. В связи с этим переводчику часто приходится прибегать к компрессии и опущениям для передачи в сжатой форме наиболее значимых элементов текста кинофильма в условиях временной ограниченности.

В ходе исследования, установлено, что для компрессии текста важны различные переводческие трансформации.

Рассмотрим фрагмент беседы, где интервьюер обращается к людям на улице, актуализируя тему защиты климата (Таблица 1).

Таблица 1 - Примеры опущения в тексте субтитров

Оригинал	Перевод
1. 'Are you aware of what's going down on the street today? ' [00:01:48-->00:01:49]	1. «Вы в курсе, что происходит дальше по этой улице?» [00:01:47-->00:01:50]
2. ' You don't know.' [00:01:54]	2. «Не знаете». [00:01:55]

Исходя из представленных данных в таблице 1, становится очевидным, что все подвергнутые опущению значимые по смыслу лексемы (выделены полужирным шрифтом) исключены из русского текста субтитров для грамотного осуществления компрессии и попадания в хронометраж, а потому в этом случае характеризуемая трансформация является полностью оправданной. С точки зрения технических требований, пример 1 двухстрочного субтитра полностью соответствует требованиям: количество символов в первой строке 28, во второй – 21; среднее время нахождения субтитра на экране 4,6 с, что соответствует скорости чтения среднестатистического зрителя. Во примере 2 наблюдается рассинхронизация, так как оригинальный субтитр появляется на экране в момент [00:01:54], в то время как перевод смещен на секунду позже [00:01:55]. Это приводит к тому, что реципиент видит перевод уже после того, как фраза была произнесена. Однако количество символов в строке 9, среднее время нахождения субтитра на экране 2,5 с, что меньше скорости чтения среднестатистического зрителя, но фраза короткая и это не влияет на ее восприятие и это достаточно для прочтения.

Рассмотрим реплики из диалога интервьюера с одним из мужчиной, стоящим в очереди за новым гаджетом (таблица 2). Данная коммуникация показывает разницу между актуальными проблемами общества и повседневными интересами индивида в современном потребительском обществе.

Таблица 2 - Примеры лексических замен при передаче субтитров

Оригинал	Перевод
1. 'You know that there's a climate march going on down the street?' [00:01:52-->00:01:53]	1. «Знаете, что рядом проходит марш в защиту климата?» [00:01:52-->00:01:54]
2. 'Do you know there's a climate march going on down the street?' [00:01:56-->00:01:57]	2. «Вы знаете, что рядом проходит марш в защиту климата?» [00:01:56-->00:01:57]

Так, в первом примере, представленном в таблице 3, происходит лексическая замена части 'down the street' («вниз по улице»), состоящей из трех лексем, на одно наречие «рядом», что способствует компрессии текста субтитра. Кроме того, можно отметить: трансформацию опущения оригинального местоимения 'you' («вы»), смысл которого компенсируется множественным числом глагола «знаете»; добавление в русский субтитрированный текст словосочетания «в защиту».

Повтор вопросов во втором примере (таблица 3) обусловлен форматом документальной сцены с опросом прохожих. При переводе отсутствует прием опущения, а добавление используется дважды: ранее описанное словосочетание «в защиту» и сочинительный предлог «что».

Длительность первого субтитра соответствует нормам (2 секунды), однако оригинальная фраза длится всего 1 секунду [00:01:52--> 00:01:53], что создает небольшое расхождение в синхронизации. Также данный пример представляет двухстрочный субтитр: первая строка количество символов - 26, вторая - 21, что соответствует требованиям; среднее время наложения субтитра на экране 3,1 с, что не соответствует скорости чтения среднестатистического зрителя. Во втором примере нарушена продолжительность субтитра (1,01 секунда), однако он соответствует критериям количества символов в строке: первая строка - 20 символов, вторая - 31.

В ходе исследования установлено, что наиболее распространенной трансформацией перевода при работе с субтитрами данного документального фильма становится опущение (45%, 38 примеров), поскольку именно за счет данного приема удастся наиболее удачно осуществить компрессию переводимых текстовых фрагментов для соответствия хронометражу. Что касается технической стороны субтитрирования, в большинстве случаев, переводчик не нарушил требования: звуковая дорожка и речь действующих лиц синхронизированы, количество строк в субтитре не превышало двух, однако, продолжительность субтитров часто меньше допустимого.

Литература:

1. Горшкова В.Е. Перевод в кино / В.Е. Горшкова. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 278 с.- с.45
2. Матасов Р.А. История кино/видео перевода / Р.А. Матасов // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. – 2008. – № 3. – с. 3-27.- с.3
3. Шибанов Н.Ш. Использование современных технологий в лингвистике (на примере процесса субтитрования) / Н.Ш. Шибанов // А-

фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). – 2018. – № 2. – с. 1-3. - с.2

4. Энергетическая революция сегодня / Happening: A Clean Energy Revolution (2017) [Электронный ресурс]. - URL: https://vkvideo.ru/video-42183172_456242113 (дата обращения: 10.11.2025).

5. Díaz Cintas J. Introduction – Audiovisual Translation: An Overview of its Potential // New Trends in Audiovisual / Ed. by J. Díaz Cintas. Bristol; Buffalo; Toronto, 2009. P. 1–18.

6. Happening: A Clean Energy Revolution (2017) [Электронный ресурс]. - URL: <https://ww1.lookmovie.pn/movies/play/1689756733-happening-a-clean-energy-revolution-2017> (дата обращения: 10.11.2025).

СПЕЦИФИКА СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

А. А. Александрова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, aleksandrova.a.2004@yandex.ru**

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к.ф.н., доцент

Статья посвящена анализу структурных преобразований при переводе научно-популярных текстов с английского языка на русский. Выявлены одни из ключевых трансформаций, необходимых для достижения точности и сохранения доступности изложения.

The article is devoted to the analyses of structural transformations in the translation of a popular science texts from English into Russian. Some of the key transformations required to achieve accuracy and maintain accessibility are identified.

Научно-популярные тексты играют важнейшую роль в современном мире, являясь ключевым способом передачи научных знаний широкой аудитории. Особую актуальность этот процесс приобретает в быстроразвивающихся областях, таких как искусственный интеллект (ИИ), где существует настоятельная потребность в переводах, которые бы точно передавали сложные термины и концепции, оставаясь при этом доступными и интересными для читателей без специального образования. Как отмечает Д.М. Бузаджи, наибольшие трудности при переводе вызывает синтаксис – очень легко ошибиться при построении нужной синтаксической конструкции, а исправлять такую ошибку придётся очень долго путем многих структурных изменений [2]. Так, вопросами специфики перевода научно-популярных текстов занимались

такие отечественные ученые, как Гвоздев А.Н. [3], Лазаревич Э.А. [4], Маевский Н.Н. [5], Стельмашук А. [6], но особенности перевода таких текстов в области ИИ можно найти только в работе Бражниковой Д.Ю. [1].

Несмотря на возрастающий интерес к переводу научно-популярной литературы в области ИИ, до сих пор отсутствует комплексное описание того, какие именно грамматические и синтаксические преобразования лучше всего подходят для достижения ее главной цели — совместить научную достоверность с доступностью изложения.

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена, с одной стороны, практической востребованностью качественных переводов, способствующих популяризации науки и интеграции технологий в общество, а с другой — теоретической необходимостью более глубокого изучения структурных преобразований как основного инструмента достижения точности и доступности в научно-популярном стиле.

Объектом исследования являются научно-популярные тексты.

Предметом исследования являются приёмы структурных преобразований при переводе научно-популярных текстов с английского на русский язык.

Цель работы – выявить и проанализировать специфику структурных преобразований, используемых при переводе научно-популярных текстов с английского на русский язык, на примере книги Мелани Митчелл «Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans».

Материалом исследования послужили книга Мелани Митчелл «Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans», написанная на английском языке, изданная Farrar, Straus and Giroux в 2019 году, и перевод данной книги на русский язык Заура Мамедьярова под названием «Идиот или гений? Как работает и на что способен искусственный интеллект», изданный в 2022 году ООО “Издательство АСТ: CORPUS”.

Как справедливо замечает Д.М. Бузаджи, синтаксическая ошибка — это «раковая метастаза», поражающая всё предложение целиком, и её исправление требует структурных изменений, а не простой замены слов [2]. Яркой иллюстрацией этой мысли служат трудности, связанные с передачей актуального членения предложения. Тема – это старая информация в предложении, а рема – новая. И в предложении на английском языке сначала идёт новая информация, а затем старая, тогда как в предложении на русском языке сначала идёт тема, а потом рема. То есть русский синтаксис тяготеет к прогрессивной последовательности: от

данной информации (темы) к новой. Пример верной перестановки слов в предложении представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – Актуальное членение предложения

Оригинал	Перевод
Marvin Minsky himself coined the phrase “suitcase word” for terms like intelligence and its many cousins, such as thinking, cognition, consciousness, and emotion.	Марвин Минский называл такие понятия, как “интеллект”, “мышление”, “познание”, “сознание” и “эмоция”, “словами-чемоданами”

«Марвин Минский» и последующий перечислительный ряд терминов – это тема, так как это имя и эти слова уже упоминались ранее: «Soon after, Marvin Minsky, founder of the MIT AI Lab, forecasted that...», «Instead, he was terrified that intelligence, creativity, emotions, and maybe even consciousness itself would be too easy to produce...». «Suitcase word» - это рема, новая и главная информация, и русский читатель это и ощущает, если мы ставим рему в конец предложения. Если бы порядок слов остался как в оригинале, то поменялся бы смысл предложения: главной была бы не мысль про «слова-чемоданы», а идея того, что «словами-чемоданами» являются именно такие понятия, как «интеллект», «мышление», «познание». Правильная передача актуального членения предложения свидетельствует о понимании переводчиком синтаксических различий между языками. После анализа 10 глав книги, а именно 30 тысяч символов, было выявлено 35 подобных перестановок, что говорит нам об успешной работе переводчика при адаптации структуры текста для русского читателя.

Особого внимания заслуживает перевод временных придаточных предложений. В Таблице 2 представлен пример сложноподчиненной конструкции с союзом «when». Переводчик столкнулся с классической проблемой, описанной Д.М. Бузаджи: английское «when» далеко не всегда может передавать простую последовательность событий [2].

Таблица 2 – Временные придаточные предложения

Оригинал	Перевод
When Deep Blue beat Kasparov, when EMI started composing Chopin-like mazurkas, and when Kurzweil wrote his first book on the Singularity, many of these engineers had been in high school, probably reading GEB and loving it, even though its AI prognostications were a bit out of date.	Когда Деер Блэу обыграл Каспарова, когда ЭМИ начала сочинять мазурки в стиле Шопена и когда Курцвейл написал первую книгу о сингулярности, многие из этих инженеров учились в школе и, возможно, читали “ГЭБ” и восхищались ею, несмотря на то что многие из приводимых в ней прогнозов развития ИИ к тому времени несколько устарели.

Как видно из примера, союз «when» передает здесь одновременность действий, а не их последовательность: многие из инженеров учились в школе во время перечисленных в предложении событий. Переводчик оставил предложение дословным, тогда как лучшим вариантом было бы написать: «В то время, как Деер Блэу обыгрывал Каспарова, ЭМИ начинала сочинять мазурки в стиле Шопена, а Курцвейл написал первую книгу о сингулярности, многие из этих инженеров ещё учились в школе...».

Не менее важной проблемой, можно считать перевод конструкций со значением цели. Бузаджи отмечает, что английские инфинитивные конструкции цели часто требуют отказа от буквального перевода с союзом «чтобы» [2]. Пример буквального перевода представлен в Таблице 3.

Таблица 3 – Конструкции со значением цели

Оригинал	Перевод
The meeting, in May 2014, had been organized by Blaise Agüera y Arcas, a young computer scientist who had recently left a top position at Microsoft to help lead Google’s machine intelligence effort.	Эту встречу в мае 2014 года организовал Блез Агуэра-и-Аркас, молодой специалист по компьютерным технологиям, который недавно ушел с высокой должности в Microsoft, чтобы возглавить разработку машинного интеллекта в Google.

Использование «чтобы» создает ярко выраженную целевую связь. В русском языке это не всегда естественно, особенно когда второе действие

является не столько прямой целью первого, сколько просто следующим элементом в цепи действий. Таким образом, переводчик использовал подчинительную связь, но, как один из вариантов перевода, здесь было бы уместнее использовать сочинительную. Исключение «чтобы» позволяет избежать нагромождения придаточных предложений и делает русский текст более легким и естественным, например: «Эту встречу в мае 2014 года организовал Блез Агуэра-и-Аркас, молодой специалист по компьютерным технологиям, который недавно ушел с высокой должности в Microsoft и возглавил разработку машинного интеллекта в Google».

Таким образом, ключевой задачей перевода является передача смысла, а не формальное соответствие тексту. Смысл включает не только факты, но и тонкие эмоциональные нюансы оригинала. Успешным считается тот перевод, который полно и точно воспроизводит коммуникативную функцию исходного текста и в конечном итоге вызывает у читателя эмоциональную реакцию, полностью адекватную замыслу автора.

Проведенный сопоставительный анализ оригинала и перевода подтверждает теоретические выводы Д.М. Бузаджи о фундаментальной роли синтаксиса: успешный перевод научно-популярного текста требует от переводчика готовности к глубоким и зачастую неизбежным структурным преобразованиям.

Литература:

1. Бражникова Д.Ю., Трудности перевода научно-популярной литературы в сфере искусственного интеллекта. Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 51 (498). Казань, ООО «Издательство Молодой ученый» — С. 485-487.
2. Бузаджи Д.М., Структуры и связи. О роли синтаксиса в переводе. Текст: непосредственный // Мосты. Журнал переводчиков — № 4(16)/2007. Москва, ООО «Р.Валент», 2007. — С. 24-32.
3. Гвоздев А.Н., Очерки по стилистике русского языка. — М.: Изд-во Акад. пед. наук РСФСР, 1952. — 336 с.
4. Лазаревич Э.А., Искусство популяризации науки. — М.: Наука, 1978. — 224 с.
5. Маевский Н.Н., Особенности научно-популярного стиля — Автореф. дис. к-та филол. наук. Ростов н/Д: Ростовский государственный университет, 1978. — 24 с.
6. Стельмашук А., Функционирование вопросительных предложений в научно-популярном стиле (на материале подъязыка

медицины) — Автореф. дис. ... к-та филол. наук. Л.: ЛГПУ им. А.И. Герцена, 1987. — 15 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИРОНИИ И САРКАЗМА В ДИАЛОГАХ РОМАНА ДЖЕЙН ОСТИН «ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ»

А. С. Андреева, Л. В Цвенгер

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, andreeva030904@gmail.com

Научный руководитель: Цвенгер Л. В., ст. преп.

Статья посвящена анализу лингвистических особенностей иронии и сарказма в диалогах романа Джейн Остин «Гордость и предубеждение». В работе рассматриваются ключевые лексико-семантические и стилистические средства создания иронического эффекта, а также функции иронии в раскрытии характеров персонажей и авторской критики социальных норм.

The article examines the linguistic features of irony and sarcasm in the dialogues of Jane Austen's novel "Pride and Prejudice". The study focuses on key lexico-semantic and stylistic means of creating ironic effect, as well as the functions of irony in character development and the author's critique of social norms.

В современной лингвистике особый интерес представляет анализ стилистических приемов в художественных произведениях, где они выполняют не только эстетическую, но и характерологическую функцию. В этом контексте романы Джейн Остин, отличительной чертой которых служит виртуозное сочетание психологической глубины и острой социальной критики, открывают широкие перспективы для научного анализа.

Актуальность исследования обусловлена тем, что ирония и сарказм являются ключевыми компонентами идиостиля Джейн Остин и служат мощным инструментом психологической и социальной характеристики персонажей. Изучение механизмов их создания позволяет глубже понять творческий метод писательницы.

Целью нашего исследования является выявление и анализ лингвистических средств выражения иронии и сарказма в диалогах романа «Гордость и предубеждение».

Проблема функционирования иронии в художественном тексте рассматривается в трудах многих ученых. Так, Л. Хатчеон определяет иронию как коммуникативный акт, смысл которого рождается в пространстве между сказанным и подразумеваемым [5]. В.В. Дементьев и Ю.В. Щербинина рассматривают иронию как форму вербальной

агрессии и инструмент установления коммуникативных отношений доминирования [3, 4]. В свою очередь, О.С. Ахманова акцентирует внимание на самом механизме иронии, определяя ее как троп, использующий слово или высказывание в смысле, обратном буквальному, с целью насмешки [1].

В качестве материала исследования было рассмотрено более 20 диалогов из романа Джейн Остин «Гордость и предубеждение». В ходе анализа были выявлены используемые лингвистические средства и их роль в создании иронического эффекта.

Как показал анализ, Д. Остин использует комплексный подход к созданию иронии, выбирая средства в зависимости от контекста и функции. Ирония служит не только для насмешки над недостатками персонажей, но и функционирует как инструмент самозащиты. Одновременно с этим она играет ключевую роль в раскрытии внутреннего мира героев и нравственных качеств. В более широком плане именно ирония становится для Остин основным средством критики социальных пороков, таких как предрассудки, лицемерие и брак по расчету.

Далее рассмотрим конкретные лингвистические средства создания иронии:

1. Лексическое противопоставление используется для создания скрытой насмешки через употребление слова в значении, противоположном буквальному. Классическим примером является начальная фраза романа: *«It is a truth universally acknowledged, that a single man in possession of a good fortune, must be in want of a wife»*. Возвышенная лексика служит не для утверждения истины, а для ее подрыва, создавая иронический эффект.

Другим примером служит реплика мистера Беннета, обращенная к мистеру Коллинзу: *«...and it is happy for you that you possess the talent of flattering with delicacy. May I ask whether these pleasing attentions proceed from the impulse of the moment, or are the result of previous study?»*. Использование словосочетаний *«the talent of flattering with delicacy»* и *«pleasing attentions»* в данном контексте передает язвительную насмешку над неискренностью и глупостью собеседника.

2. Стилистические фигуры, такие как гипербола, повтор и антономазия, служат для усиления комического или сатирического эффекта. Например, **гипербола** в реплике Элизабет: *«I am sure we never read the same, or not with the same feelings»* – демонстрирует ее гордость и стремление подчеркнуть интеллектуальную независимость от Дарси. **Повтор** прилагательного *«fine»* в речи мистера Беннета (*«more fine clothes and fine carriages»*) подчеркивает материальную, поверхностную

основу потенциального брака. **Антономазия** в речи мистера Коллинза, заменяющая имя леди Кэтрин де Бур на *«very noble lady whom I have the honour of calling patroness»*, служит для разоблачения его подобиюстрастия и самообмана.

Таким образом, особенностью иронии в художественном тексте Остин является ее многогранность. Прежде всего, в романе «Гордость и предубеждение» ирония реализуется на всех уровнях языка — от лексики до синтаксиса. При этом она служит не только для создания комического эффекта, но и выполняет ряд других важных функций, в частности, характеризует персонажей через их речь, критикует социальные условности и раскрывает этические проблемы. Кроме того, один и тот же иронический прием часто обладает двойной адресацией: он обращен как к персонажу внутри художественного мира, так и к читателю, который обладает преимуществом внешнего наблюдателя.

В заключение отметим, что лингвистический анализ иронии и сарказма в художественном тексте требует глубокого понимания как теоретических основ этих стилистических явлений, так и их конкретного языкового воплощения. Сочетание разноуровневых стилистических приемов служит для создания глубоких психологических портретов и социальной критики, обеспечивая одновременно художественную целостность и неизменную актуальность произведений Джейн Остин.

Литература:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: УРСС, 2004. — 571 с.
2. Вавилова Т.В. О понятии сарказма // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – Вып. 17 (596). — С. 147–155.
3. Дементьев В.В. Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров [Электронный ресурс] // Жанры речи. – 2019. – № 1 (21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanry-v-menyayuschemsya-mire-kreationsistskie-potentsii-rechevyh-zhanrov-i-epistemologicheskie-potentsii-teorii-rechevyh-zhanrov> (дата обращения: 09.11.2025).
4. Щербинина Ю.В. Речевая агрессия. Территория вражды. – М.: Форум, 2012. — 400 с.
5. Austen J. *Pride and Prejudice*. – L.: Penguin Classics, 2002. – 432.
6. Hutcheon L. *Irony's edge: The theory and politics of irony*. – London; New York: Routledge, 1995. — 248 p.

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ЭТИКЕТА В СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНИИ

Д. А. Арендаренко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, arendarenko.daria@gmail.com**

Научный руководитель: Москвина О. В., к.псх.н., доцент

Статья посвящена исследованию современного японского бизнес-этикета в условиях межкультурной коммуникации с целью успешного ведения бизнеса с японскими компаниями.

The article is devoted to the study of the relevance of studying modern Japanese business etiquette for successful intercultural communication and doing business with Japanese companies.

XXI в. по праву считается периодом глобализации. Благодаря стремительно развивающимся технологиям, которые постепенно стали неотъемлемой частью жизни каждого человека, процесс коммуникации стал намного проще, чем когда-либо. В связи с этим началось активное развитие международных отношений, дипломатии и увеличение числа международных компаний. Одной из самых главных проблем налаживания коммуникации между представителями разных стран является разобщенность культур. Наибольшую выраженность эта проблема имеет в сфере отношений стран представительниц Востока и Запада. Восточный менталитет в корне отличается от западного: традиции, мироощущение и нормы поведения в обществе, присущие представителям стран Восточной Азии, могут показаться необычными и даже непонятными представителям западных стран.

Особенно остро проблема разобщенности культур ощущается в сфере бизнеса. В этом плане Япония является ярким примером государства, где во многом уникальные, сложившиеся за долгие годы правила бизнес-этикета являются важной частью культуры и обязательны к соблюдению не только в повседневной жизни или на светских мероприятиях, но и в сфере бизнеса. Пренебрежение правилами, которые могут показаться несущественными или непривычными, могут стать причиной неудачи иностранного бизнесмена в попытке найти деловых партнеров в Японии или при устройстве на работу в японскую фирму. Несоблюдение японцем правил делового этикета также приводит к риску потери места работы и социального статуса.

Японская корпоративная культура известна своей уникальной структурой и ценностями. В первую очередь главным отличием внутрифирменной корпоративной культуры стран Азии, и в особенности

Японии, считается строгая иерархия. Иерархическая структура является фундаментальным элементом японской корпоративной культуры, оказывая значительное влияние на все аспекты деятельности компаний, включая внутрифирменную корпоративную этику [5].

Японские компании традиционно строятся на принципах коллективизма, где интересы группы ставятся выше индивидуальных амбиций. Этот подход уходит корнями в конфуцианские ценности, которые подчеркивают важность социальной гармонии, иерархии и взаимозависимости [3].

Возраст и статус играют ключевую роль в деловых отношениях. Так, японская иерархическая система основана на конфуцианских принципах уважения к старшим и строгой иерархии. Под её влиянием человек обязан выстраивать модель поведения в зависимости от положения собеседника относительно него. Так, даже если должность партнера или клиента будет ниже, чем у представителя фирмы, он будет обязан вести себя, занижая свой статус, при этом подчеркивая значимость собеседника. Ключевым аспектом является стаж работы или возраст, и определяет не только организационную структуру, но и межличностные отношения, коммуникационные стили и процессы принятия решений. Так, внутри компании иерархия проявляется в формах общения, распределении обязанностей и даже в повседневных ритуалах [4].

Строгая иерархичность в сфере бизнеса в Японии наиболее ярко прослеживается в речевом этикете. Деловая коммуникация в японских фирмах подчинена строгому регламенту и так же, как и деловое поведение, основана на главных принципах корпоративной этики – коллективизме и иерархии. Использование одного из трёх стилей почтительной речи является важным аспектом общения в компании, а выбор нужного вежливого выражения определяется положением собеседника в обществе относительно положения говорящего [6].

Письменный этикет также важен при ведении бизнеса с японскими компаниями и имеет ряд особенностей. Так, в японском деловом этикете существует классификация деловой корреспонденции, и, несмотря на унифицированную для многих видов деловых писем структуру, у разных видов писем есть нюансы составления. Также, несмотря на распространение унифицированных правил написания электронных писем, такие особенности, как сезонные приветствия остаются характерными для делового этикета Японии [1].

Оформление визитных карточек, их размер и содержание подвержены регламенту, который относится к правилам письменного делового этикета. Тем не менее, обмен визитками – это часть церемонии знакомства, а церемониалу японцы придают большое значение [7].

Получив в руки визитную карточку собеседника, японец первым делом посмотрит, в какой компании работает человек и какую должность он занимает. Таким образом, он сопоставит статусы своей и чужой фирм, а также личный статус собеседника. На основе этих данных он выберет надлежащую манеру поведения [2].

Можно сделать вывод, что современный деловой японский этикет сочетает в себе как современные, так и традиционные черты, что характерно для японской культуры в целом. Следовательно, для успешного ведения бизнеса в Японии или построения карьеры в японской компании, необходимо знать и принимать во внимание все аспекты японской корпоративной культуры. Уважение к традициям, соблюдение даже нехарактерных для других стран правил способно оказать влияние на первое впечатление о работнике и его дальнейшую карьеру и деятельность.

Литература:

1. Алпатов В.М. Жанр сезонных приветствий в японской культуре. – М.: Litres, 2019. – 233 с.
2. Арешидзе Л.Г. Современный японский этикет. – М.: Международные отношения, 2021. – 214 с.
3. Киселёва Ю.А. Сравнительный анализ моделей управления // Наука без границ. – 2017. – № 11 (16). – С. 25–28.
4. Митупова С.А. Японская социология и проблема идентичности в японском обществе // Российский государственный медицинский университет. – 2010. – С. 113–121.
5. Пронников В.А. Японцы [Электронный ресурс]. – URL: <http://historic.ru/books/item/f00/s00/z00000006/st026.shtml> (дата обращения 01.11.2025).
6. Ikeguchi C.B. Awareness of the Non-Verbal Behaviour Unique to Japanese Culture: A Key to Successful Communication // Intercultural Communication Studies. – 2002. – Vol. 11. – N 3. – P. 121–131.
7. 【名刺交換】名刺の心構え・同時交換・複数人の名刺交換 / ビジネスマナー («Обмен визитными карточками»: значение визиток, одновременный обмен, обмен визитками для нескольких человек/Деловой этикет) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=m5px7VfeMLY> (дата обращения 05.11.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

А. Р. Астафьева

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, anya.astafeva.05@mail.ru

Научный руководитель: Гюнтер А. А.

В данной статье рассматривается лингвистическая природа фразеологизмов, а также выявляются методы и особенности перевода фразеологизмов в рекламных текстах с немецкого языка на русский.

This article examines the linguistic characteristics of idiomatic expressions and analyzes the methods and peculiarities of translating phraseological units in advertising texts from German into Russian.

Рекламный текст вызывает сложности при переводе поскольку наличие немецких брендов на российском рынке предполагает необходимость адаптации рекламных лозунгов для русскоязычной аудитории. Объектом данного исследования являются фразеологизмы немецкого языка в аспекте их трансформаций, применяемых при переводе на русский язык.

В.В. Виноградов определяет фразеологию, как «раздел науки о языке, изучающий фразеологическую систему языка в ее современном состоянии и историческом развитии» [2]. Именно фразеологизмы, являясь языковым средством, способны привлечь внимание не только покупателя, но и переводчика.

Фразеологизмы вызывают трудности при переводе по нескольким причинам: отсутствие подходящего эквивалента, культурные различия и буквальный перевод, который приводит к потере смысла оригинального текста. Фразеологизмы не просто передают информацию, но и воздействуют на эмоциональное восприятие человеком, в связи с чем широко распространены в рекламных текстах. Сохранение и правильная передача смысла текста является основной задачей переводчика. С точки зрения ученых, при переводе фразеологизмов необходимо уделять особое внимание степени смысловой слитности, степени ясности мотивировки и стилистической окраски. Выделяются также некоторые характеристики фразеологизмов, из-за которых перевод может быть осложнен, например, национальная специфика, незначительные отличия от обычных слов, слабая связь между компонентами и т.д. [3]. Стоит отметить, что перевод фразеологизмов означает не только передачу семантического значения языковой единицы, но и сохранение

коннотативных характеристик. Многие немецкие фразеологизмы содержат отсылки к национальным реалиям, традициям и истории, которые не имеют прямого аналога в русской лингвокультуре. В данном случае прямой перевод таких единиц невозможен, так как он будет непонятен.

Немецкий язык также характеризуется синтаксической структурой и обилием сложных слов, которые часто используют во фразеологии. В русском языке достаточно трудно подобрать эквивалент, который отразит полный смысл оригинального текста, уделяя особое внимание прагматизму, сдержанности и грамматическим особенностям текста [1]. Часто используемый прием «игра слов» в немецком языке также вызовет у переводчика трудности, поскольку главной задачей будет являться создание языковой пары без потери смысла на языке перевода.

Материалом исследования являются немецкие рекламные слоганы, содержащие фразеологизмы, и их переводы, представленные на российском рынке. В ходе работы было выявлено несколько способов адаптации рекламы, однако самыми частотными стали: полное сохранение эквивалента, прием модуляции и описательный перевод.

Так, например, «Mit unserem neuen Staubsauger geht die Arbeit wie von selbst» - «С нашим новым пылесосом уборка проходит на одном дыхании». При переводе слогана рекламы бытовой техники использовался прием модуляции: немецкий образ был изменен на русский фразеологизм, который в полной мере отразил контраст легкости и быстроты, усиливший положительное восприятие товара.

Слоган отеля «Victoria» «Wir machen Ihren Aufenthalt unvergesslich – Sie fühlen sich wie im siebten Himmel!» и его перевод «Мы сделаем Ваш отдых незабываемым – Вы будете на седьмом небе от счастья!» также содержат фразеологизмы. Переводчик использовал прямой перевод, так как имеется аналог в русском языке с идентичным значением, основной трудностью при переводе являлось сохранение образности и стиля текста, с чем переводчик успешно справился: передан и смысл, и эмоциональный окрас текста.

«Мышь не перегрызет ни одной ниточки: наше предложение выгодно» - дословный перевод в этом случае не будет соответствовать оригинальной фразе: «Da beißt die Maus keinen Faden ab: unser Angebot ist unschlagbar!». Лучшим решением будет применение описательного перевода и генерализации. Переводчик создал у покупателя ощущение единственно верного выбора, что являлось основной мыслью текста на немецком языке: «Возражений нет: наше предложение самое выгодное!».

Выявление особенностей перевода немецких фразеологизмов и специфики фразеологического воздействия в рекламном дискурсе

являются важным фактором, формирующим восприятие рекламы русскоязычной аудиторией. Результаты исследования могут быть применены во многих сферах жизни человека. Они могут быть использованы в методических пособиях для переводчиков, специализирующихся на переводе рекламных и маркетинговых текстов. Современные учебные курсы по переводу рекламы могут опираться на данное исследование, поскольку информация является в полной мере актуальной. Материал данной работы также может служить основой для последующих исследований перевода рекламы в других языковых парах.

Подводя итоги, стоит отметить, что перевод фразеологизмов в рекламных текстах представляет особую сложность для переводчика. Для грамотного выполнения перевода крайне важно чтобы переводчик обладал достаточными знаниями не только в области лингвистики, но и межкультурной коммуникации, а также имел способности к творческой трансформации исходного слогана или текста с учетом адаптации на русскоязычную аудиторию.

Литература:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение / Учеб, пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. — СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 352 с.
2. Виноградов В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / Виноградов В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. — М.: Наука, 1977. — С. 118-139.
3. Улюкова Д.В. О трудностях перевода зооморфных фразеологизмов в немецком языке / Сборник научных статей: «Вопросы философии и переводоведения». — 2015. — С. 331-335.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛОКАЛИЗАЦИИ МНОГОКОМПОНЕНТНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

П.С. Беликов

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, pavel_beliko74mail@mail.ru

Научный руководитель: Ваганова Е.Г., ст.преп.

В работе анализируются лингвистические и экстралингвистические проблемы локализации многокомпонентного профессионального Программного обеспечения (на материале DaVinci Resolve). Выявлены типичные ошибки локализации и обоснованы переводческие стратегии для сохранения функциональной эквивалентности интерфейса.

The paper examines linguistic and extralinguistic challenges in localizing multi-component professional software (based on DaVinci Resolve). It identifies common localization errors and proposes translation strategies to ensure functional and pragmatic equivalence of the user interface.

В условиях глобализации цифровых технологий локализация многокомпонентного профессионального программного обеспечения (ПО) становится ключевым фактором его успешного функционирования на международном рынке. В отличие от традиционного перевода, локализация профессионального ПО предполагает адаптацию не только языкового, но и функционального, визуального и культурного уровней интерфейса.

Программы высокого уровня сложности, такие как DaVinci Resolve, объединяют несколько профессиональных областей (монтаж, композиция, цветокоррекция, аудио-постпродакшн), что приводит к пересечению различных терминосистем и усложняет процесс адаптации. В связи с этим исследование лингвистических и экстралингвистических особенностей локализации представляется особенно актуальным.

Целью исследования является выявление и описание лингвистических и экстралингвистических проблем локализации многокомпонентного профессионального ПО на материале интерфейса DaVinci Resolve, а также определение оптимальных переводческих стратегий для адаптации специализированных интерфейсных единиц. Объектом исследования выступает англоязычный технический текст.

Предмет исследования – особенности перевода интерфейса многокомпонентного профессионального программного обеспечения DaVinci Resolve. Методы исследования В исследовании использованы следующие методы: – сопоставительный анализ англоязычной и

русскоязычной версий интерфейса; – функционально-прагматический анализ интерфейсных единиц; – структурный анализ элементов UI; – контекстуальная интерпретация терминов; – метод оценки переводческих решений.

Теоретическую базу исследования составляют работы И.П. Рябковой, в которых анализируются ошибки перевода интерфейсных элементов и подчёркивается прагматическая природа UI – текста [6]; исследования В.И. Нардюжев и И.В. Нардюжев, посвящённые лингвистическим особенностям локализации ПО и необходимости унификации терминологии [5]; труды А.А. Калмыкова, рассматривающего локализацию как междисциплинарный процесс, сочетающий перевод, инженерные и User Experience-аспекты. [3]

Эти исследования позволяют определить локализацию как комплексную деятельность, требующую учёта семантики, прагматики, технических и визуальных ограничений. Основная проблема заключается в отсутствии универсального переводческого подхода к адаптации многокомпонентного ПО.

Интерфейс DaVinci Resolve содержит термины, относящиеся к разным профессиональным областям, что приводит к лингвистической неоднородности.

Экстралингвистические ограничения (длина строки, ограниченность интерфейсного пространства, фиксированные горячие клавиши, UX – логика) требуют от переводчика компрессии текста, а также точного понимания функционального назначения каждого элемента. Нарушение этих требований приводит к некорректной локализации и ошибкам в пользовательском взаимодействии.

Анализ примеров возможной неверной локализации:

1) Deliver → «Доставка» (ошибка) Функция отвечает за экспорт финального файла. Перевод «Доставка» является ложным другом переводчика. Корректно: Экспорт.

2) Render → «Визуализировать» (слишком длинно и неиндустриально) Функция широко известна как «рендер». Корректно: Рендер.

3) Power Window → «Силовое окно» (калька) Инструмент создаёт маску, а не «силу». Корректно: Маска.

4) Fusion → «Фьюжн, слияние» не нужный перевод устоявшегося названия. Корректно: Квалификатор.

5) Node → попытка перевести как «Узел» (неверно) В VFX и color grading устоялся термин нода. Корректно: Нода (заимствование).

6) Through Edit → «Сквозное редактирование» (не передаёт операции) Это монтажный разрез без изменения длительности клипов. Корректно: Сквозной разрез.

7) Render Cache → «Кэш визуализации» (длинно, неестественно) В монтаже используют термин кэш рендера. Корректно: Кэш рендера.

Данные примеры демонстрируют, что ошибки чаще всего связаны с буквальными кальками, избыточной русификацией и игнорированием функциональной природы интерфейсных элементов. Результаты и выводы В ходе исследования установлено, что локализация многокомпонентного профессионального ПО требует комплексного подхода, сочетающего лингвистический анализ, технические знания и понимание пользовательского опыта.

Лингвистическая природа большинства терминов DaVinci Resolve предполагает преобладание стратегий заимствования и функциональной адаптации. Экстралингвистические ограничения (User Experience – логика, длина строк, структура интерфейса) оказывают прямое влияние на выбор переводческого решения. Калькирование без учёта терминологического узуса приводит к искажению значения и снижению качества пользовательского взаимодействия. Гибридный подход к локализации (заимствование + адаптация + пояснение) является наиболее эффективным для профессионального ПО.

Заимствование с транслитерацией: 51% случаев (наиболее частотная, используется для отраслевых стандартов VFX и цветокоррекции, чтобы сохранить совместимость с глобальным узусом). Адаптация: 13% случаев (применяется для уточнения смысла по функции, когда прямой перевод искажает значение). Калька: 17% случаев (часто является неудачной, приводящей к неоднозначности или неинтуитивности). Описательный перевод: 10% случаев (используется редко, для объяснения сложных понятий, но критикуется за громоздкость). Другие (прямой перевод или комбинированный): 9% случаев (например, «Экспорт» для Deliver).

Исследование подтверждает необходимость дальнейшей разработки терминологических стандартов для русскоязычной локализации сложных цифровых систем. Таким образом, лингвистические и экстралингвистические проблемы локализации профессионального ПО определяют её междисциплинарный характер и требуют комплексных переводческих решений, ориентированных на точность, функциональность и удобство пользователя.

Литература:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр "Академия", 2004. - 352 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. - М.: Международные отношения, 1975. - 240 с.
3. Калмыков В.А. Макарова Г.И.: Локализация программного обеспечения как переводческая проблема [Электронный ресурс] // Вестник УРАО. 2010. №1. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lokalizatsiya-programmnogo-obespecheniya-kak-perevodcheskaya-problema> (дата обращения: 23.11.2025).
4. Латышев Л.К. Технология перевода: учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. / Л.К. Латышев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательский центр "Академия", 2005.- 320 с.
5. Нардюжев В.И. Нардюжев И.В. Марфина В.Е. Куринин И.Н. Лингвистические особенности локализации программного обеспечения [Электронный ресурс] // Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования. 2018. №2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-osobennosti-lokalizatsii-programmnogo-obespecheniya> (дата обращения: 25.11.2025).
6. Рябкова И. П. Проблемы перевода пользовательского интерфейса с русского языка на английский (на материале интерфейса системы управления бизнес-процессами) [Электронный ресурс] // Многоязычие в образовательном пространстве. 2014. №6. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-perevoda-polzovatelskogo-interfeysa-s-russkogo-yazyka-na-angliyskiy-na-materiale-interfeysa-sistemy-upravleniya-biznes> (дата обращения: 25.11.2025).
7. Newmark P. A Textbook of Translation. - New York: Prentice Hall, 1988. - 292 p.
8. Nord C. Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained / C. Nord. - Manchester: St. Jerome Publishing, 1997. - 154 p.
9. Nord C. Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis / C. Nord. - Amsterdam: Rodopi, 1991. - 274 p. - Text: direct.

ВЛИЯНИЕ МЕНТАЛЬНОГО СЛОВАРЯ ИНДИВИДА НА ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕВОД

А. А. Бондус

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, morffinter@gmail.com

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Статья освещает когнитивные подходы для понимания ментальных процессов индивида, неизменных для интерпретации внутреннего монолога в исходном тексте и воссоздания его в тексте перевода. Результаты исследования будут полезны лингвистам и переводчикам.

This article outlines cognitive approaches to understanding an individual's mental processes, which are essential for interpreting inner monologue in the source text and recreating it in the translation. The results of the research will be useful for linguists and translators.

Исследуя процессы запоминания и воспроизведения, которые формируют речь, переводчик может лучше уловить нюансы и слои смысла.

Универсально-предметный код – язык, на котором происходит запись личностного смысла, образование смысла речевого произведения. Национально-языковой материал понимается потому, что происходит его перекодировка в особый код мозга, который отвечает за построение смысла и представляет собой информационную систему. «Картинка» зависит от знаний, смысла, а не от знаний языка. Лингвистами выделено две теории, объясняющие характер речевого поведения: (1) продуцирование и интерпретирование новых высказываний, которые говорящий никогда не слышал – это создание уникальных комбинаций единиц речи. (2) в основе мнемонического владения языком – коммуникативные фрагменты – «отрезки разной длины, которые хранятся в памяти говорящего в качестве стационарных частиц его языкового опыта и которыми он оперирует при создании высказываний [1, с.84].

Подавляющее число системных знаний возникает в результате специальной деятельности, при которой перед субъектом ставится задача запомнить соответствующий материал, а в последующем припомнить или воспроизвести его. В этих случаях человек должен четко отделить тот материал, который ему было предложено запомнить, от побочных впечатлений и при воспроизведении ограничивается именно этим материалом, не вплетая в него каких-либо посторонних впечатлений или ассоциаций [3, с.212]. Человек запоминает прежде всего то, что

содействует достижению его цели или препятствует ей. Эмоционально окрашенные переживания удерживаются в памяти лучше, чем безразличные впечатления, а резкие аффективные переживания для субъекта «вытискиваются» из сознания и забываются. [3, с.222].

Речевая деятельность зависит от индивидуальной языковой системы, которая выстраивается на языковом материале, который набирается исключительно индивидуально, а не коллективно.

Когда один человек подражает другому, он заимствует у него нечто готовое, то, что он, в свою очередь, позаимствовал у других, он видоизменил это, но никак не создал. Всякое поведение выступает как адаптация или реадaptация, это сводится и речевому поведению. Речевая деятельность производится не реконструкцией, а дополнением. Искомое является дополнением отношений, сгруппированных ранее, в этом случае достаточно лишь расчлнить и дифференцировать «группировку», не изменяя в целом. Говорящий сохраняет в память единицы, преобразив и переконструировав их, в качестве стационарных частиц или блоков цитат, прошедших через призму его личного языкового опыта, именно эти блоки и частицы он самостоятельно комбинирует через фрейм-структуры, в ответ на раздражитель.

Кодирование или запоминание считается основополагающим действием при организации ментального словаря, поскольку это фундаментальный процесс, посредством которого отдельные слова и связанная с ними информация (значение, звук, форма, контекст) первоначально кодируются, сохраняются и становятся доступными для последующего извлечения.

Процесс декодирования есть всегда путь расшифровки общего смысла, сложный процесс выделения наиболее существенных элементов высказывания, превращение развернутой системы в лежащую за этим мысль.

Перевод специфического ментального словаря индивида – не просто поиск эквивалентных слов в словаре, он требует воссоздания его «речевого портрета». Распространенный риск при переводе художественного текста заключается в «нейтрализации» нестандартного языка – это может разрушить ключевые контрасты между персонажами и снизить достоверность произведения. Общий стиль написания текста, включая структуру предложений и выбор слов, помогает определить индивидуальность персонажа. Тон и подтон передают отношение или эмоцию, стоящие за словами. Предложение может иметь одинаковое денотативное значение, но совершенно различное воздействие в зависимости от подтона. Изучение мышления персонажа позволяет переводчику сформировать ментальную репрезентацию его

эмоционального состояния, обеспечивая более тесную связь с точкой зрения персонажа.

Для практического анализа был выбран роман Фрэнка Маккорта «Прах Анджелы» и его официальный перевод. Отметим, что рассказчику на момент повествования три-четыре года. Рассмотрим пару примеров из текста:

*«I could tell her I have pains in **my legs** from trying to keep up with her but she's not singing and I know this is not the day to be talking about my pains»*

При переводе, мы бы обязательно добавили уменьшительно-ласкательный суффикс к слову «ноги» – ведь именно с такими суффиксами чаще всего говорят с детьми, что впитывается в их ментальный словарь и используется в дальнейшем. Признание, что у ребенка «болят ножки», но сказать об этом не может, чтобы не докучать матери, прибавляет драматического эффекта, к которому и стремился автор. Кроме того, мы бы убрали модальность «мог бы», заменив его на более легкое «я хотел ..., но...» и слово «еле», что регистром выше и стилем ниже, что более свойственно ребенку. В следующих примерах также важен регистр: *«... there's a **man** standing in a box with windows all around. Mam talks to the **man**».*

Вместо формального «сторожа», как предложено в официальном переводе, мы бы выбрали простого «дядю», ведь дети склонны делить всех незнакомцев на «дядь» и «теть» по двум причинам: простая фонетическая структура и отсутствие альтернатив в ментальном словаре.

*«You **uck** kill me **uck** on seesaw»*

*«**Waah, waah**, I tell Mam»*

*«**Oonyen**, he says. **Oonyen** for Oliver»*

При переводе литературы или адаптации произведений искусства с участием детей эффективное воспроизведение нюансов их речи, таких как ограниченный словарный запас, упрощенный синтаксис, грамматические ошибки и междометия, имеет решающее значение для погружения, развития характера и аутентичности. Чтобы передать детскую речь на письме, нужно сосредоточиться простоте и ритмике, используя специальные фонетические и типографские приемы. Дети используют очень простую «телеграфную речь», часто пропуская небольшие служебные слова. Предложения должны быть максимально короткими, в основном существительные и глаголы действия; времена, падежи и склонения употребляются с ошибками, в основном в начальной форме. В официальном переводе это не всегда достоверно передано.

*«She **moans** a long **moan** over the child»*

«Она протяжно стонет с ребенком на руках»

В этом контексте *«протяжно стонет»* кажется нам слишком пассивной реакцией для матери, держащей на руках мертвого, по вине пьянства мужа, годовалого ребенка. Варианты «воплъ», «визг» или «стенания» лучше отражают эмоциональное состояние персонажа.

Отдельное внимание уделим переводу этнопсихологий и культурным особенностям текста, коих в произведении действительно много, но передаются они, к сожалению, не всегда.

Перевод этнопсихологий в художественном тексте требует соблюдения баланса между точностью и удобочитаемостью; творческого подхода и глубокого понимания социолингвистики исходного и целевого языков. Эффективной стратегией является использование диалекта, акцента или социолингвистического признака на изучаемом языке, который имеет сходный оттенок. Отклонения от стандартного произношения также могут быть переданы графически. Окружающий текст может помочь читателю в интерпретации: фразы, как «он пробормотал», «она произнесла с сильным южным акцентом» или «своим детским голоском», помогают читателю понять предполагаемое звучание и культурный контекст, позволяя переводчику использовать более тонкие фонетические изменения.

Достигнутые результаты исследования подтверждают существующие гипотезы и вносят вклад в развитие теории и практики перевода, психо- и этнопсихолингвистику. Новизна настоящих результатов заключается в раскрытии психолингвистических аспектов перевода художественного текста, что позволяет по-новому взглянуть на ментальный словарь индивида. В ходе исследования мы проанализировали романы «Прах Анджелы», «'Tis: A Memoir» и «Teacher Man» Фрэнка Маккорта, а также его биографию – используя полученные данные, нами был написан языковой портрет персонажа Фрэнсиса Маккорта. Тем не менее, уровень знания о ментальном словаре свидетельствует о необходимости дальнейшего изучения в области психолингвистики.

Литература:

1. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. – 2-е изд. – Москва: Гнозис, 2001. – 270 с.
2. Левидов А. М. Автор, образ, читатель. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во Ленинградского университета, 1983. – 348 с.
3. Лурия А. Р. Лекции по общей психологии. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 320 с.
4. Пиаже Ж. Избранные психологические труды. – 3-е изд. – Москва: Институт практической психологии, 1995. – 342 с.

СТРАТЕГИИ СОЗДАНИЯ КОМПРЕССИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ

А. А. Буканова, О. Г. Шевченко

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, anpbukanova61@gmail.com

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к.ф.н., доцент

В статье исследуются стратегии компрессии в аудиовизуальном переводе и предлагается их классификация с учётом мультимодальности субтитров. Анализируется передача информации в условиях технических ограничений.

The article examines reductions strategies in audiovisual translation and proposes a classification considering the multimodal nature of subtitles. It analyzes how information is conveyed under subtitling constraints.

В эпоху цифровизации аудиовизуальный перевод (АВП) играет ключевую роль в межкультурной коммуникации, а субтитрование — это один из наиболее оперативных и экономичных способов локализации контента. В то же время создание субтитров связано с рядом технических ограничений (пространственных, временных и презентационных), которые обуславливают необходимость компрессии текстового материала. Кроме того, переводчик должен учитывать культурно-специфические элементы и адаптировать их в зависимости от цели перевода (скопоса), культурного контекста, фоновых знаний и требований целевой аудитории. Несмотря на признание компрессии неизбежной при АВП, на данный момент не существует общепринятой классификации стратегий компрессии, пригодной для прикладного использования при подготовке субтитров.

Цель исследования – обобщить основные стратегии компрессии, предложить классификацию, применимую к АВП, и проиллюстрировать ее на отдельных примерах русских субтитров к англоязычному фильму.

Объектом исследования являются русские субтитры студии «Кубик в кубе» к фильму «The Covenant». **Предмет исследования** — стратегии компрессии в субтитрах аудиовизуальных произведений.

Методы исследования: метод сопоставительного анализа, классификация, теоретико-аналитический метод.

Теоретической базой исследования послужили труды по лингвистике А. Д. Швейцера, Н. С. Валгиной и др., по психолингвистике Л. Н. Мурзина, А. С. Штерна, по синхронному переводу А. Ф. Ширяева, Г. В. Чернова, Р. К. Миньяра-Белоручева и др., по аудиовизуальному переводу В. Е. Горшковой, А. А. Козуляева, Х. Готтлиба, П. Забалбаскоа, Х. Диаса Синтаса, А. Ремаэль, Т. Томашкевич и др.

Первоначально компрессия изучалась в лингвистике как проявление принципа экономии языковых средств и как один из видов переводческих трансформаций. Начиная с 1970-х годов, она стала предметом особого внимания в исследованиях синхронного перевода (СП) и АВП, где является неизбежным техническим или когнитивным требованием. Именно в научных трудах по СП были подробно описаны приемы и виды компрессии.

Многие исследователи сходятся во мнении, что компрессия — это процесс свертывания избыточной языковой информации, не нарушающий ее сообщительный смысл и не приводящий к существенной потере информативности, ввиду того, что содержание высказывания остается восполняемым из контекста [3-2]. В АВП благодаря мультимодальной природе аудиовизуального текста зритель может восполнить информацию одновременно через вербальный, визуальный и аудиальный каналы, поэтому компрессии может подвергаться значительно большее количество информации [7]. Таким образом, в субтитровании компрессия выступает как результат многоканального перераспределения смысла, а не как простое языковое свертывание.

В современном научном дискурсе существующие классификации преимущественно систематизируют средства и приёмы компрессии [8], уровни её реализации [5] и объекты, подвергающиеся сжатию [1]. Однако эти подходы лишь частично применимы к АВП. В данной работе предлагается классификация компрессии в субтитрах с учетом функций, которые она выполняет и каналов восприятия, компенсирующих утраченную информацию. Так, выделяются четыре типа компрессии:

1) компрессия, обусловленная видеорядом (визуально-обусловленная) → восполняется видеорядом;

2) компрессия, обусловленная устной природой речи (дискурсивная) → восполняется контекстом, предполагаемым знанием зрителя о коммуникативной ситуации;

3) компрессия, обусловленная избыточностью в тексте субтитров (лингвистическая) → восполняется внутренними ресурсами языка перевода;

4) компрессия, обусловленная культурным разрывом (культурная) → восполняется фоновыми знаниями целевой аудитории, культурной нейтрализацией.

Далее рассмотрим, как перечисленные типы компрессии и какие стратегии реализуются в русских субтитрах к фильму *The Covenant*.

1) При визуально-обусловленной компрессии опускаются элементы, дублирующие содержание видеоряда: фатические элементы разговора, эмоциональные междометия, элементы, выражающие субъективность

высказывания, эксплицирующие мимику и жесты на экране и т.д. Сжатие, в свою очередь, достигается за счет использования кратких форм: дейктических выражений вместо развернутых номинаций, различных синтаксических трансформаций и др. [6].

Таблица 1 – Пример визуально-обусловленной компрессии

Оригинал	Перевод
00:03:08,275 - 00:03:10,451 Move! Move! Move!	Полное опущение.
00:03:11,321 - 00:03:12,279 Now! Move, move!	

В данном примере многочисленные призывы к действию сопровождаются видеорядом: после взрыва СВУ талибов военные стремительно отступают от грузовика. Передача команд в субтитрах становится избыточной, поскольку зритель легко считывает содержание приказов из происходящего на экране.

2) В фильме встречаются и случаи дискурсивной компрессии — опущения самоперебивов, хезитаций, слов-паразитов, плеонастических оборотов, табурированной лексики и др. элементов устной речи; сжатия за счет выбора компактных референтов, идиоматики, использования эллиптических конструкций; различных упрощений грамматических конструкций и т.д. [9].

Таблица 2 – Пример дискурсивной компрессии

Оригинал	Перевод
00:04:53,554 - 00:04:55,512 Oh, yeah? Well, what's... what's this?	00:04:53,468 - 00:04:55,714 Ясно. И что это?

Приведенный пример демонстрирует дискурсивную компрессию. Переводчики устранили хезитацию, когда главный герой Джон подбирает слова на ходу, размышляя, как проверить переводчика Ахмеда. Такие элементы устной речи не несут смысловой нагрузки. Фраза сокращается с двух строк до одной, скорость чтения снижается с 18,5 до 8 знаков в секунду, общее количество знаков — с 37 до 16, при этом информативность высказывания сохраняется.

3) Лингвистическая компрессия предполагает опущение второстепенных элементов: прилагательных, притяжательных и личных местоимений, причастных и деепричастных оборотов, и сжатие текста за счет использования аббревиатур, акронимов, терминов, различных синтаксических замен и др. [9].

Таблица 3 – Пример лингвистической компрессии

Оригинал	Перевод

00:04:16,256 - 00:04:19,084 Now, he speaks four languages that are worth speaking.	00:04:16,175 - 00:04:18,740 Четыре ходовых языка знает.

В третьем примере мы видим, что переводчик опускает придаточное определительное и передает смысл с помощью краткой номинации. Фраза сокращается с двух строк до одной, скорость чтения снижается с 26,5 до 13,5 знаков в секунду, общее количество знаков — с 53 до 27 без потери смысла.

4) Кроме того, существует культурная компрессия, при которой опускаются культурно-специфические элементы: социолингвистические маркеры, имена собственные, аллюзии, шутки и другие реалии. Сжатие достигается за счет генерализации, транспозиции или модуляции, что обеспечивает понимание текста целевой аудиторией [10].

Таблица 4 – Пример культурной компрессии

Оригинал	Перевод
00:09:32,978 - 00:09:35,571 What a quaint little house on the prairie.	00:09:33,254 - 00:09:35,404 Прелестный домик в деревне.

В следующем примере ироничная фраза о логове талибов содержит географическую реалию «прерия», которую переводчики адаптировали для русскоязычной аудитории как «деревня». Смысл сцены сохранён, но текст адаптирован под культурный контекст целевой аудитории. Также фраза сокращена с двух строк до одной благодаря визуально-обусловленной компрессии, скорость чтения снижена с 20,5 до 13,5 знаков в секунду, общее количество знаков — с 41 до 27.

Таким образом, в работе предложена классификация стратегий компрессии в АВП с учетом мультимодальной природы субтитров. Иллюстрация на материале русских субтитров подтверждает, что компрессия достигается сокращением или опущением избыточных и нерелевантных элементов без потери информативности.

Литература:

1. Горшкова В.Е. Перевод в кино / В.Е. Горшкова. – И: Г67 ИГЛУ, 2006. – С. 46.
2. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта; Наука, 2003. – С. 85.
3. Умерова М.В. Языковая компрессия: виды и уровни реализации. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2001. – С. 260.

4. Чернов Г.В. Основы синхронного перевода: учебник для институтов и факультетов иностранных языков / Г.В. Чернов. – М.: Высшая школа, 1987. – С. 147.
5. Швейцер А.Д. Теория перевода. – М.: Наука, 1988. – С. 201–204.
6. Díaz Cintas J., Anderman G. Audiovisual Translation. Language Transfer on Screen. – Great Britain: Palgrave Macmillan, 2009. – P. 27–28.
7. Gambier Y., van Doorslaer L. Handbook of Translation Studies. Vol. 1. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2010. – P. 13.
8. Gottlieb H. Subtitling – a new university discipline // Teaching Translation and Interpreting: Training, Talent and Experience. Papers from the First Language International Conference, Elsinore, Denmark 31 May–2 June 1991. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1992. – P. 161–170.
9. Gottlieb H. Subtitling: Diagonal Translation // Perspectives: Studies in Translatology. – 1994. – P. 105–106.
10. Newmark P. A Textbook of Translation. – Prentice-Hall International, 1988. – P. 81–93.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО АВТОБИОГРАФИЧЕСКОГО ТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

А. В. Васильева, А. К. Тарабакина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, nastyavasileva168@gmail.com**

Научный руководитель: Тарабакина А. К. к. филол. н., доцент

В статье рассматриваются особенности художественного автобиографического текста, которые необходимо учитывать при переводе. Анализируются переводческие решения А. Яковлева при переводе эссе Р. Озеки «Тайм-код лица».

The article considers the peculiarities of literary autobiographies that need to be taken into account when translating. It analyses the translation solutions made by A. Yakovlev translating the essay “Timecode of a Face” by R. Ozeki.

Актуальность исследования обусловлена увеличением количества автобиографических текстов, написанных медийными персонами, и устойчивым читательским интересом к данному жанру. В период глобализации перевод автобиографических текстов позволяет читателям из разных стран познакомиться с жизненными путями и ценностями

Цель данного исследования – выявление особенностей перевода художественного автобиографического текста на материале исследования автобиографического эссе Рут Озеки «Тайм-код лица» и перевода этого эссе, выполненного Александром Яковлевым.

Текст считается автобиографическим в том случае, если автор, нарратор и главное действующее лицо представлены в виде одной и той же личности. Ф. Лежен определяет их связь как «триединство я». В художественной автобиографии автор сосредоточен на становлении своей души в её взаимоотношениях с миром [2].

Помимо тождества автора и героя автобиографическим текстам свойственны хронологическое повествование, соотношение прошлого и настоящего времени и ярко выраженное личностное начало, память, особенная пространственно-временная организация, ретроспективность и открытость [2]. Язык автобиографического текста должен выражать сохранение постоянства «Я» с течением времени таким образом, чтобы между «Я» в прошлом и настоящем прослеживалось единство, но не полная идентичность [8].

Использование личного местоимения «Я» является одним из основных средств языкового воплощения речевого жанра автобиографического эссе. В центре автобиографического произведения находится сам автор. Это выражается с помощью местоимений и глаголов в форме первого лица единственного числа. Использование личного местоимения «Я» является одним из основных средств языкового воплощения речевого жанра автобиографического эссе [1].

Таблица 1 - Пример повествования от первого лица

Оригинал, Р. Озеки	Перевод, А. Яковлев
I remember the taste of the iron. I remember red blood on white snow. So much blood. Two Divinity School graduate students <u>ran</u> down the hill to rescue me.	<u>Я помню</u> вкус железа. <u>Помню</u> красную кровь на белом снегу. Много крови. Два выпускника школы богословия <u>бегом спустились</u> с холма мне на помощь.

В оригинале автор использует Present Simple в первом предложении данного отрывка и Past Simple – в последнем. Таким образом она рассказывает о событиях прошлого и своих чувствах на момент проведения эксперимента, создавая триединство между героем (девочкой, получившей травму), рассказчиком и автором. По этой же причине оба предложения написаны от первого лица, как и весь текст эссе.

В переводе обе грамматические особенности соблюдены: глагол в первом предложении употреблен в настоящем времени, а в последнем предложении – в прошедшем. Также применен прием синтаксического уподобления.

Помимо языковых норм и особенностей жанра, на формулировки в тексте влияет индивидуальный стиль автора. Воздействие, оказанное на читателя, во многом зависит от стилистических приемов и средств выразительности, которые автор использует [4].

Рут Озеки стремится писать воплощенную прозу, которая заставляет читателя реагировать как эмоционально, так и физически [7]. Вследствие этого автобиографическое эссе, описывающее пристальное рассмотрение ей собственного лица содержит подробные описания внешности и многочисленные эпитеты.

Таблица 2 - Пример использования средств художественной выразительности

Оригинал, Р. Озеки	Перевод, А. Яковлев
The skin's become a bit <u>papery</u> , and there are some fine horizontal lines, but overall it's still pretty smooth.	Кожа стала какой-то пергаментной, на ней возникло несколько <u>тоненьких</u> горизонтальных складок, но в целом лоб у меня все еще довольно гладкий.

В данном примере автор описывает текстуру своей кожи при помощи эпитетов. Прилагательное *papery* создает образ тонкой, покрытой сетью морщинок кожи через сравнение с бумагой. В переводе этот образ обогащается при помощи конкретизации, а именно — сравнением с конкретным, особенно хрупким и тонким видом бумаги. Для передачи прилагательного “fine”, используемого в оригинале для описания складок на лбу, переводчик использует прилагательное «тоненькие» с уменьшительно-ласкательным суффиксом, подчеркивающим детальность описания.

Воспоминания и личный опыт человека — неотъемлемая часть его личности [5]. На жизнь Рут Озеки и её жизненный опыт повлияла религия. Именно поэтому в тексте эссе присутствуют религиозные реалии, в первую очередь — термины дзен-буддизма, так как она является дзен-буддистским священником.

Таблица 3 - Пример применения терминов дзен-буддизма

Оригинал, Р. Озеки	Перевод, А. Яковлев
Zen <u>koans</u> are little allegorical nuggets designed to break your head on.	Буддийские <u>коаны</u> – это маленькие аллегорические жемчужины, предназначенные для того, чтобы поломать над ними голову.

В дзен-буддизме коан — это особый вид вопроса, который задает учитель ученику с целью подтолкнуть к достижению «просветления» или понимания сути учения [3]. На русский язык этот термин переведен транслитерацией, изначально является заимствованием из японского языка.

Так как отец Рут был воспитан на принципах христианского фундаментализма, в тексте эссе содержится лексика, связанная с данным религиозным движением.

Таблица 4 - Пример применения терминов христианского фундаментализма

Оригинал, Р. Озеки	Перевод, А. Яковлев
The <u>Jumpers</u> were a very strict, conservative, fundamentalist Christian sect who considered everything fun a sin.	« <u>Прыгуны</u> » были очень строгой, консервативной сектой христиан-фундаменталистов, которые считали все веселое грехом.

“Jumpers” – это популярное название кальвинистского методистского объединения. Некоторые проповедники занимались продвижением своих религиозных взглядов очень ревностно и, чтобы произвести впечатление на слушателей, громко кричали, хлопали в ладоши и прыгали, вследствие чего объединение и получило своё второе имя [6]. На русский язык данная реалья передана калькированием с использованием кавычек для указания на образный характер названия.

Перевод художественного автобиографического текста требует не только понимания особенностей жанра и вытекающих из них грамматических форм, но и анализа личности автора и факторов, влияющих на употребляемую им лексику и средства выразительности. Также следует уделять внимание восприятию текста русскоязычным

читателем, что может быть не просто при наличии в тексте незнакомых для русскоязычного читателя терминов и реалий.

Литература:

1. Голубкова Е. В. Лингвистические особенности публицистического текста (на материале автобиографии) // VII Международная студенческая научная конференция Студенческий научный форум - 2015 [Электронный ресурс] / Международный институт рынка. - URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015010859?ysclid=mikab9su1b345922110> (дата обращения: 25.11.2025)
2. Гринина М. И. Стилистические особенности англоязычного автобиографического текста [Электронный ресурс]. - URL: <https://sciup.org/read/147250254> (дата обращения: 25.11.2025)
3. Дзенские коаны и медитативный вопрос [Электронный ресурс] // Йога с утра. - URL: <https://www.yoga-sutra.org/2014/01/blog-post.html> (дата обращения: 22.11.2025).
4. Карелова О. В. К вопросу изучения индивидуального стиля автора [Электронный ресурс] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена – 2006. – URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 22.11.2025)
5. Шлыкова Ю. Б. Автобиографический текст как смысловое отражение бытия личности [Электронный ресурс] // Человек. Общество. Управление. – № 3. – 2013. – URL: https://chsu.kubsu.ru/arhiv/2013_3/2013_3_Shlikova.pdf (дата обращения: 20.11.2025).
6. A Dictionary of All Religions and Religious Denominations/Jumpers [Electronic resource] // Wikisource. - URL: <https://en.wikisource.org/wiki> (accessed: 22.11.2025).
7. “Literature is a Kind of Mirror”: An Interview with Ruth Ozeki [Electronic resource] // Electric Lit. - URL: <https://electricliterature.com/> (accessed: 22.11.2025).
8. Quigley J. The Grammar of Autobiography: A Developmental Account/ Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2000. – 327 p.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА В СФЕРЕ ПСИХОЛОГИИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Е. Е. Ворсина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, b1mabura01@inbox.ru

Научный руководитель: Якушко Е. В., ст.преп.

В статье рассматривается перевод научно-популярных текстов по психологии с английского на русский язык, уделяя внимание их основным языковым и стилистическим особенностям. Проанализированы подходы к адаптации, в том числе переводческие трансформации.

The article addresses the translation of popular science texts on psychology from English into Russian, focusing on their key linguistic and stylistic challenges. The approaches to adaptation, including translation transformations, are analyzed.

Высокая динамика развития психологии как научной дисциплины проявляется в стремительном обновлении ее терминологии и появлении новых культурно-обусловленных концептов, что актуализирует спрос на качественный перевод научно-популярной литературы для русскоговорящего читателя, стремящейся к получению актуальных знаний.

Актуальность темы обусловлена высокой ценой ошибки при переводе: искажение ключевых концепций, терминов и практических рекомендаций не только затрудняет адекватное восприятие материала, но и может ввести аудиторию к ошибочным выводам и заблуждениям в такой чувствительной сфере, как психологическое благополучие.

Объектом исследования является научно-популярный текст в сфере психологии.

Предметом исследования являются особенности перевода научно-популярного текста в сфере психологии с английского языка на русский язык.

Цель исследования – провести анализ особенностей перевода научно-популярного текста по психологии с английского языка на русский.

Материалом исследования послужила научно-популярная книга Р. Сапольски «Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst» (изд. Penguin Press) и ее перевод на русский язык «Биология добра и зла» (изд. «Альпина нон-фикшн», перевод Е. Наймарк и Ю. Аболиной) [5; 6].

Задачи исследования:

1) Выявить особенности и характерные черты научно-популярного текста;

- 2) Выявить основные трудности его перевода на русский язык;
- 3) Определить частотные переводческие трансформации для преодоления данных трудностей;
- 4) Проанализировать эффективность переводческих стратегий в аспекте адекватности и эквивалентности перевода;
- 5) Оценить адекватность и эквивалентность перевода анализируемой книги.

Для достижения целей, определенных в исследовании, применяются следующие **методы**: анализ литературы по теме исследования, лингвостилистический, текстовый и сопоставительный анализ.

К научно-популярным текстам относятся произведения, репрезентирующие научные концепции в форме, доступной для массового читателя [2]. Они демонстрируют своеобразный комплекс характеристик, являясь результатом интеграции принципов научного дискурса и приемов публицистической манеры изложения. Ключевыми признаками являются научность, прагматическая доступность, индивидуальный авторский стиль, эмоциональная окраска и применение метафорических и сравнительных элементов [1].

Для английских научно-популярных текстов, в частности, характерно активное использование ряда стилистических приёмов: активного залога, коротких предложений, личных местоимений, риторических вопросов, а также элементов повествования и выразительных образов, что способствует трансформации научного содержания в увлекательное повествование [4].

В контексте психологии жанровые характеристики создают специфические переводческие трудности: полисемию терминов, требующую контекстуально точного перевода, и необходимость передачи динамики психологических процессов при сохранении лексической эквивалентности [3].

Для проведения предпереводческого анализа была применена модель И. С. Алексеевой [1]. Сбор сведений о материале исследования показал, что автор книги Роберт Сапольски является известным нейроэндокринологом и профессором Стэнфордского университета. Анализ также установил, что книга ориентирована на широкую, но интеллектуально подготовленную аудиторию, интересующуюся психологией. По составу информации текст характеризуется высокой когнитивной плотностью при наличии эмоциональных компонентов. Коммуникативное задание работы заключается в трансляции научного знания в доступной форме с соблюдением этических норм, а речевой жанр определен как научно-популярный текст. Проведенный анализ позволил выявить ряд ключевых переводческих трансформаций,

обеспечивающих эффективную адаптацию научно-популярного текста для русскоязычного читателя:

Лексические трансформации:

Транслитерация и калькирование. Оригинал: «*the amygdala*», «*the prefrontal cortex (PFC)*», «*dorsolateral PFC (dlPFC)*», «*ventromedial PFC (vmPFC)*», «*frontal cortex*», «*hypothalamus*», «*hippocampus*».

Перевод: «амигдала», «префронтальная кора (ПФК)», «дорсолатеральная ПФК (длПФК)», «вентромедиальная ПФК (вмПФК)», «лобная кора», «гипоталамус», «гиппокамп».

Устоявшиеся научные термины передаются через транслитерацию или калькирование, а аббревиатуры сохраняются, что является стандартной практикой для терминологической точности.

Конкретизация. Оригинал: «*As noted, this is the brain's upper surface (its name comes from the Latin cortic, meaning "tree bark") and is the newest part of the brain*».

Перевод: «Время вспомнить о коре (английское название «*cortex*» происходит от латинского «*cortic*», что означает "кора дерева")».

Переводчик конкретизирует, что речь идет об английском названии, адаптируя объяснение для русскоязычного читателя, для которого слово «кора» уже является устоявшимся термином.

Лексическая замена. Оригинал: «*This chapter is one of the book's anchor*».

Перевод: «Глава 2 – один из **краеугольных камней** книги».

Переводчик заменяет метафору «anchors» (якорь), которая означает «основа, опора», на более устоявшееся идиоматическое выражение в русском языке – «краеугольный камень», которое также передает смысл фундаментальной важности.

Грамматические трансформации:

Изменение времени и залога. Оригинал: «*...why **did** that behavior occur?*»

Перевод: «...почему **совершается** тот или иной поступок?»

Как видно из примера, переводческая трансформация, заключающаяся в смене временного плана и залога, служит для адаптации высказывания к нормам русского языка при сохранении содержания.

Членение предложения. Оригинал: «*Damasio has produced an influential theory about emotion-laden decision making, rooted in the philosophies of Hume and William James; this will soon be discussed*».

Перевод: «Была предложена специальная теория о влиянии эмоций на принятие решений. Ее разработал Антонио Дамасио, вдохновленный

философскими трудами Дэвида Юма и Уильяма Джеймса, об этом вскоре пойдет разговор».

Сложное предложение оригинала разделено на три самостоятельных сегмента. Проведена глубокая синтаксическая перестройка: залог изменен с активного на пассивный, что позволило перейти от общего (факт существования теории) к частному (ее автор и источники).

Лексико-грамматические трансформации:

Экспликация. Оригинал: «*The brain is the **final common pathway**...*»

Перевод: «Мозг – это место, где завершаются все предшествующие процессы...»

Метафора «*final common pathway*» не просто переводится, а развернуто объясняется через модуляцию, что делает мысль автора более понятной.

Модуляция. Оригинал: «*And this is where the **medal-of-honor** version of the fantasy ends and the imagery darkens*».

Перевод: «И вот на этом самом месте героическое выступление фантазии заканчивается и воображение блекнет».

В данном примере переводчик использует лексическую замену, преобразуя сложное составное прилагательное «*medal-of-honor*» в стандартное прилагательное «героическое». Данная трансформация сохраняет смысл исходного образа при адаптации грамматической структуры к нормам русского языка.

Указанные трансформации позволяют сохранить научную точность и, одновременно, адаптировать текст для широкой аудитории.

Таким образом, успешный перевод требует комплексной компетенции, выходящей за рамки лингвистики, и предполагает глубокое понимание предметной области и культурного контекста. Это позволяет осуществить когнитивную обработку абстрактных концепций и достичь информационно-коммуникативной адекватности, предполагающей синтез научной достоверности и прагматической адаптированности текста. Анализ перевода книги Р. Сапольски выявил ключевые переводческие трансформации, среди которых наиболее частотными являются грамматические и лексические преобразования: транслитерация, калькирование, лексическая замена, членение предложений, конкретизация и экспликация.

Литература:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. Алексеевичева С. Ю. К определению понятия «научно-популярный тип текста» // Царскосельские чтения. – 2010. – Т. 4. – № XIV. – С. 233–236.

3. Балыгина, Е. А. Проблема перевода английских психологических терминов на русский язык. / Е. А. Балыгина, Т. В. Ермолова // Современная зарубежная психология. – 2018. – № 1. – С. 85–93.

4. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. – 6-е изд. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 464 с.

5. Сапольски Р. Биология добра и зла: Как наука объясняет наши поступки – М.: Альпина нон-фикшн, 2018. – 766 с.

6. Sapolsky, R. Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst. – N. Y.: Penguin Books, 2018. – 800 p.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА А. ХЕЙЛИ «КЛИНИКА»)

С. С. Выплавень, Л. В. Цвенгер

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, sofia26042004v@gmail.com

Научный руководитель: Цвенгер Л.В., ст.преп.

Статья посвящена анализу особенностей перевода профессиональной медицинской лексики в художественном тексте на материале романа Артура Хейли «Клиника». В работе рассматриваются ключевые стратегии перевода и функции медицинской лексики в художественном произведении.

The article examines the specifics of translating professional medical vocabulary in a literary text using Arthur Hailey's novel «The Final Diagnosis» as a case study. The article discusses the key translation strategies and the functions of medical vocabulary in a work of fiction.

В современной лингвистике и переводоведении особый интерес представляет анализ специальной лексики в художественных произведениях, где она выполняет не только номинативную, но и эстетическую функцию. Романы Артура Хейли, известные своей документальной точностью и глубоким погружением в профессиональную среду, являются богатым материалом для выявления стратегий и функций перевода профессиональной лексики.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к медицинской тематике в литературе и необходимостью анализа способов адаптации сложной профессиональной терминологии для

широкой аудитории. Адекватный перевод медицинской лексики критически важен для сохранения реалистичности повествования, создания атмосферы достоверности и точной передачи авторского замысла.

Целью нашего исследования является выявление и анализ особенностей перевода профессиональной медицинской лексики в романе Артура Хейли «Клиника», а также определение функций медицинской лексики в художественном тексте.

Проблема перевода специальной лексики в художественном тексте рассматривается в трудах многих ученых. Так, В.В. Сдобников подчеркивает, что переводчик художественного текста должен учитывать коммуникативную ситуацию, стремясь к достижению прагматической адекватности [4]. Л.К. Латышев и Н.Ю. Северова в рамках теории перевода отмечают необходимость применения различных переводческих трансформаций для передачи смысла оригинала [2]. В.М. Лейчик акцентирует внимание на системном характере терминологии, что требует от переводчика глубокого понимания предметной области [3].

В качестве **материала исследования** было рассмотрено более 30 контекстов употребления медицинской лексики из романа А. Хейли «Клиника» и их переводов на русский язык, выполненных А.Н. Анваером. В ходе анализа были выявлены используемые переводческие стратегии, их влияние на восприятие текста, а также функции медицинской лексики в тексте романа.

Как показал анализ, переводчик применяет комплексный подход, выбирая стратегию в зависимости от контекста и функции медицинской лексики. Рассмотрим ключевые стратегии на конкретных примерах.

Калькирование используется для передачи интернациональных терминов, что обеспечивает терминологическую точность и узнаваемость. Эта стратегия применяется, когда термин выполняет информативную и характеризующую функцию, демонстрируя профессиональную компетентность. Рассмотрим примеры:

1) «*This man apparently died of coronary thrombosis*» - «Этот человек, вероятно, умер от коронарного тромбоза». Термин «coronary thrombosis» переведен как «коронарный тромбоз» путем калькирования, что подчеркивает формальность и точность диагноза.

2) «*Hunched over the binocular microscope...*» - «...склонившегося над бинокулярным микроскопом...». Термин «binocular microscope» переведен как «бинокулярный микроскоп», что сохраняет техническую деталь, создавая атмосферу научной достоверности.

Функциональная эквивалентность применяется, когда узкий медицинский термин может быть непонятен читателю. В этом случае переводчик раскрывает суть явления, адаптируя термин для просветительской функции. Например:

3) *«We need to check for a blood sensitization»* - «*Определяю антитела к резус-фактору*». Термин «a blood sensitization» переводится как «антитела к резус-фактору». Специфический термин «a blood sensitization» (сенсбилизация крови) передан через функциональный эквивалент «антитела к резус-фактору», что делает медицинскую информацию доступной для неспециалиста, сохраняя при этом смысловую точность.

Описательный перевод используется для передачи реалий, не имеющих прямого эквивалента, или действий:

4) *«In Obstetrics, Dr. Dornberger was scrubbed and gowned»* - «*Доктор Дорнбергер вымыл руки и надел операционный халат*». При переводе единиц «scrubbed and gowned» переводчик прибегает к описанию действия, а не его буквальному переводу, что погружает читателя в атмосферу операционной. Данный прием способствует естественности повествования на русском языке.

Конкретизация и генерализация помогают адаптировать текст к восприятию русскоязычного читателя, ориентируясь на прагматическую функцию. Например:

5) *«She had Dr. Bell take some X-rays this afternoon»* - «*Она направила меня к доктору Беллу на снимки*». Переводчик заменяет технический термин «X-rays» на бытовой эквивалент «снимки», что делает диалог более естественным.

6) *«He would like you to come down and scrub»* - «*Он хочет, чтобы вы пришли и подготовились*». Специфический медицинский жаргон «to scrub» передан общим словом «подготовиться», что уместно в данном контексте и не перегружает читателя излишними деталями, такими как тщательное мытье рук и процесс облачения в стерильный хирургический костюм.

Особенностью перевода медицинской лексики в художественном тексте является необходимость сохранения ее многогранных функций. В романе «Клиника» медицинская терминология служит не только для передачи профессиональной информации, но и для создания атмосферы достоверности, характеристики персонажей через их речь, драматизации повествования и раскрытия этических проблем медицины. На наш взгляд, переводчик успешно справляется с этой задачей, сохраняя баланс между профессиональной точностью и художественной доступностью.

Подводя итоги, можно отметить, что успешный перевод профессиональной медицинской лексики в художественном тексте требует от переводчика глубоких знаний как в области терминологии, так и в теории перевода. Комплексное применение различных стратегий – калькирования, функциональной эквивалентности, описательного перевода – позволяет адекватно передать смысл оригинала, сохранив при этом художественную целостность и эмоциональное воздействие произведения на целевую аудиторию. Медицинская лексика в романе А. Хейли «Клиника» выполняет следующие функции: информативную, характеризующую, прагматическую, а также выполняет просветительскую роль. Таким образом, адекватный перевод должен полноценно передавать не только смысл терминов, но и весь спектр их художественных функций.

Литература:

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Словарь методических терминов. – СПб.: Златоуст, 1999. – 472 с.
2. Латышев Л.К., Северова Н.Ю. Технология перевода: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2025. – 263 с.
3. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. – М.: Либроком, 2012. – 261 с.
4. Сдобников В.В. Перевод и коммуникативная ситуация. – М.: Флинта, 2022. – 463 с.
5. Хейли А. Клиника: роман / пер. с англ. А.Н. Анваер. – М.: АСТ, 2011. – 384 с.
6. Hailey A. The Final Diagnosis. — New York: Doubleday, 2020. — 320 p.

ТЕХНОЛОГИЯ ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТА

А.В. Гиль

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск; spilerik14@gmail.com

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст. преп.

Работа анализирует перевод технических инструкций. Сравнивает профессиональный и машинный переводы (Google, Яндекс), выявляет трудности (терминология, синтаксис) и оценивает качество МП относительно официальной документации.

The work analyzes the translation of technical instructions. Compares, professional, and machine translation (Google, Yandex), identifies challenges (vocabulary, syntax) and evaluates the quality of MP regarding the official documentation.

Современные автоматизированные системы управления широко применяются в промышленности, где требуется высокая точность. Важную роль в этом процессе играют программируемые логические контроллеры, такие как устройства семейства MELSEC FX. Для их освоения необходимы инструкции, перевод которых представляет сложность из-за насыщенности терминологией и схемами.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявить сильные и слабые стороны машинного перевода в сфере технической документации. Качество автоматических переводов зачастую не соответствует высоким требованиям, что может привести к неправильной эксплуатации оборудования.

Теоретической базой исследования послужили работы таких исследователей, как Беляева Л. Н., Херина А. А., Раренко М. Б., которые рассматривали проблемы перевода научно-технических текстов с использованием машинных систем перевода.

Объектом исследования является технический текст инструкции по эксплуатации.

Предметом исследования выступают особенности перевода инструкции по эксплуатации к программируемым контроллерам семейства MELSEC FX.

Целью работы является выявление особенностей перевода инструкции по эксплуатации к программируемым контроллерам семейства MELSEC FX

Технический текст представляет собой документ, содержащий сведения для эксплуатации и ремонта оборудования. Инструкции характеризуются строгой логической последовательностью, императивным стилем изложения и стандартизованностью. Основными стратегиями при переводе таких текстов являются калькирование (для укоренившихся терминов), транслитерация (например, "Bluetooth"), адаптация и генерализация. Важно соблюдать единообразие терминологии во избежание ошибок эксплуатации.

Машинный (автоматический) перевод — это выполняемое на компьютере действие по преобразованию текста на одном естественном языке в эквивалентный по содержанию текст на другом языке, а также результат такого действия. [4]

Если еще тридцать лет назад критики машинного перевода сомневались в целесообразности дальнейших разработок в этой области, то сейчас в возможностях машины осуществлять перевод на весьма высоком уровне нет сомнений. [2]

Жесткое неприятие преподавателями работ студентов, выполненных с помощью систем МП, сегодня совершенно непродуктивно, поскольку использование этих систем запретить невозможно и, следовательно, нужно научиться использовать новые технологии в методическом аспекте, особенно в ситуации безусловной нехватки академических часов на изучение иностранных языков в большинстве вузов. [1]

Подводя итог, следует отметить, что разработки в области машинного перевода, в том числе и устного перевода, в последние несколько десятилетий действительно достигли высокого уровня, однако проблемы до сих пор остаются. По качеству перевода машинные переводчики в ряде случаев уступают переводчикам профессионалам. [3]

Основываясь на вышеприведенных примерах, можно сделать следующий вывод:

Машинный перевод за последние три десятилетия прошел путь от скептического отношения критиков до признания его эффективности и высокого уровня развития. Сегодня эти технологии достигли такого прогресса, что их игнорирование или запрет в образовательном процессе признается непродуктивным, а напротив, предлагается методически интегрировать их использование для компенсации нехватки учебного времени.

Однако, несмотря на значительные успехи и способность выполнять перевод на высоком уровне, технологии машинного перевода все еще имеют нерешенные проблемы и в ряде случаев уступают по качеству исполнения профессиональным переводчикам-людям.

Таблица 1 – Сравнение ИТ МП ОП

Оригинал (ИТ)	Машинный перевод (МП)	Официальный перевод (ОП)	Комментарий
In contrast to conventional controllers with functions determined by their physical wiring...	Яндекс: В отличие от обычных контроллеров, функции которых определяются их физическим подключением ...	В отличие от системы управления, функционирование которой зависит только от электрического монтажа...	Перевод сделан буквально, без адаптации структуры. Не сохранена естественность речи, хотя текст формально-семантически эквивалентен.

...can be changed at any time...	Google: ...можно изменить любой момент...	...можно в любое время изменить...	Модуляция (грамматическая замена) Замена пассивной конструкции на активную делает текст более естественным для русского языка, что является элементом функциональной эквивалентности.
output technologies...	Google: технологиями вывода данных...	тип выходов...	Калькирование термина создаёт ложное впечатление о передаче информации, а не электрического сигнала. В официальном переводе используется контекстная замена ("тип выходов").

В ходе исследования были рассмотрены особенности перевода технических текстов на примере инструкций по эксплуатации программируемых контроллеров. На основе сопоставительного анализа профессионального перевода и результатов работы систем машинного перевода (Google Translate, Яндекс.Переводчик) можно сделать следующие выводы:

1. Специфика текста: Технический перевод требует строгого соблюдения стилистических норм и применения специальных стратегий для точной передачи терминологии.
2. Качество машинного перевода (МП): Современные системы МП достигли высокого уровня и успешно обеспечивают формально-семантическую передачу общего смысла текста.
3. Недостатки МП: Основными проблемами автоматического перевода остаются буквальность, синтаксическое калькирование и ошибки в выборе терминов без учета контекста.

4. Роль человека: Машинный перевод служит эффективным вспомогательным инструментом, но не может заменить профессионала и требует обязательного постредактирования.

Литература:

1. Беляева Л. Н. Машинный перевод в современной технологии процесса перевода [Электронный ресурс] // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2022. №203. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mashinnyy-perevod-v-sovremennoy-tehnologii-protssessa-perevoda> (дата обращения: 23.11.2025).

2. Раренко М. Б. Машинный перевод: от перевода «по правилам» к нейронному переводу [Электронный ресурс] // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. 2021. №3. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mashinnyy-perevod-ot-perevoda-po-pravilam-k-neyronnomu-perevodu> (дата обращения: 26.11.2025).

3. Раренко М. Б. Современные вызовы машинного перевода [Электронный ресурс] // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. 2022. №1. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-vyzovy-mashinnogo-perevoda> (дата обращения: 28.11.2025).

4. Херина А.А Машинный перевод [Электронный ресурс] // Вестник науки и образования. 2015. №10 (12). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mashinnyy-perevod> (дата обращения: 29.11.2025).

ДУБЛИРОВАННЫЙ ПЕРЕВОД СЕМЕЙНОГО ФИЛЬМА «ПАДДИНГТОН» КАК ФАКТОР КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗОВ ПЕРСОНАЖЕЙ

А. С. Готовщикова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, aksiniya880@gmail.com

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Статья посвящена дублированному переводу семейного фильма «Паддингтон» и его роли в формировании образов персонажей. Описываются объект и предмет исследования, методы сопоставительного и лингвостилистического анализа, выделяются ключевые переводческие стратегии и показывается их значение для практики локализации и обучения аудиовизуальному переводу.

The paper analyses the Russian dubbed version of the family film Paddington as a factor shaping the audience perception of characters. The study outlines object and subject, methodological tools, key translation strategies and their impact on lexical, pragmatic and prosodic features that are relevant for localization workflows and translator training.

Взросшая роль дублированного перевода в дистрибуции семейных фильмов через сервисы VOD и видеоплатформы усиливает требования к качеству локализации и поднимает вопрос о том, как речевые решения влияют на восприятие персонажей [1, с. 289]. Фильм «Паддингтон» предоставляет показательный материал, где сочетаются культурно маркированная британская повседневность, детская адресация и мягкая ирония, а русскоязычный дубляж стремится сохранить эту структуру при строгих ограничениях синхронизации и возрастного рейтинга.

Главная проблематика исследования связана с напряжением между сохранением художественной целостности оригинала и необходимой прагматической адаптацией под ожидания русскоязычной семейной аудитории.

Объектом выступает дублированный перевод как форма аудиовизуальной локализации, предметом – переводческие стратегии и приемы русскоязычного дубляжа фильма «Паддингтон», влияющие на формирование образной системы персонажей. Цель анализа состоит в выявлении устойчивых соответствий между типами стратегий адаптации и характерологическими функциями реплик.

Теоретическая основа опирается на современные подходы теории АВП, концепцию динамической эквивалентности и теорию цели перевода [2, с. 39]. Важное значение придается жанровой специфике семейного полнометражного кино, где комизм, педагогическая ясность и эмоциональная безопасность выступают равноценными ориентирами [4, с. 3408]. Соотношение форм локализации и типичных задач семейного фильма целесообразно систематизировать (см. таблицу 1).

**Таблица 1 - Формы аудиовизуальной локализации и задачи
семейного фильма [3, с. 46]**

Форма локализации	Ключевые ограничения	Преобладающая функция в семейном кино
Дубляж с синхронизацией артикуляции	Совпадение длительности реплик, «попадание в губы», актерская выразительность	Полное вовлечение детской аудитории и снятие барьера чтения.
Субтитрирование	Ограничения объема текста, скорости чтения, места на экране	Сохранение оригинальных голосов при ориентации на подростков и взрослых зрителей.
Закадровое озвучивание	Низкая зависимость от артикуляции, средняя зависимость от ритма монтажа	Оперативное сопровождение релизов с минимальными затратами.

Преобладание дубляжа для «Паддингтона» объясняется тем, что именно эта форма обеспечивает устойчивую идентификацию младшей аудитории с персонажами и позволяет аккуратно регулировать степень вербальной экспрессии.

Эмпирическая база включает корпус реплик оригинала и дубляжа, сгруппированных по персонажам и типам сцен, а также раскадровку ключевых эпизодов с высоким синхронным давлением. Задействованы методы сравнительно-сопоставительного и лингвостилистического анализа, контент-анализ переводческих приемов, элементы корпусной разметки и кейс-стади отдельных сцен с высокой плотностью юмора или эмоционального напряжения. Аппаратный и программный инструментарий содержит профессиональный звуковой редактор, плеер с покадровой перемоткой и табличные формы разметки, связывающие текстовые и акустические параметры. Дополнительно учитываются параметры темпа, длины фразы и распределения ударов, которые фиксируются при прослушивании дорожки и последующей транскрипции.

Ключевые результаты группируются в три блока. Первый блок связан с лексико-семантическими якорями оригинала. Лексемы «marmalade», «hat», «home», «family» и «London» формируют устойчивую сеть, которая поддерживает тему дома, гостеприимства и включенности мигранта в городскую среду. Русскоязычный дубляж сохраняет эти опоры через прямое именование или предельно близкие эквиваленты и тем самым удерживает семантический каркас повествования.

Второй блок касается прагматической адаптации этикетной и разговорной речи. Вежливые формулы английского «small talk»,

обращения к незнакомцам и мягко ироничные реплики полицейских и соседей передаются через нейтрально-разговорные выражения русского языка без жаргонного сдвига. Эвфемизация агрессивных высказываний и гиперболических угроз достигается заменой жестких телесных образов на культурно приемлемые детали и интонационное смещение в сторону комического фарса. Отсюда можно сделать вывод, что дубляж выстраивает поле вежливой, но живой повседневной речи, совместимой с возрастной маркировкой фильма.

Третий блок связан с влиянием переводческих стратегий на речевые портреты персонажей. Паддингтон в русской версии говорит короткими, синтаксически ясными фразами с высокой плотностью этикетных маркеров и доверительных обращений к тете Люси. Мистер Браун характеризуется переходом от статистически перегруженной, рациональной речи к простым эмоциональным формулам, где повтор глаголов любви и принадлежности фиксирует внутреннюю трансформацию героя. Миссис Браун удерживает тон мягкого, но настойчивого побуждения, а мистер Грубер формирует образ тихого наставника через афористичные конструкции и метафорическое описание «дома».

Для компактной фиксации наблюдений применяются типологические ряды, в рамках которых различаются стратегии калькирования, частичной переформулировки и полной замены. Наиболее продуктивными оказываются следующие группы приемов:

1. Передача культурных реалий через описательные конструкции, ориентированные на понимание, а не на буквальную форму.
2. Компенсация игры слов при помощи новых комических ходов в соседних репликах и точного подбора фразеологизмов.
3. Регулирование экспрессии за счет эвфемизации, распределения эмоционально маркированной лексики между персонажами и опоры на интонацию.

Отмеченная конфигурация стратегий непосредственно влияет на область применения результатов. Материалы исследования пригодны для разработки глоссариев и регистровых сеток персонажей в локализационных студиях, для уточнения учебных модулей по аудиовизуальному переводу и для формализации критериев контроля качества семейного дубляжа. Стало понятно, что систематическое описание связей между жанром, формой локализации, переводческими приемами и речевыми портретами персонажей позволяет прогнозировать воспринимаемую «теплоту» и узнаваемость образов.

Именно поэтому фильм «Паддингтон» рассматривается как репрезентативный кейс, который демонстрирует, как инженерно-

художественная организация дубляжа обеспечивает не только синхронность и ясность текста, но и устойчивую этическую рамку гостеприимства, заботы и признания иного. Отсюда можно сделать вывод: дублированный перевод семейного кино функционирует как важный инструмент культурной медиации, а детальная разработка его стратегий оказывается значимой для локализационных, продюсерских и образовательных практик.

Литературы:

1. Бабенко О. В. Аудиовизуальный перевод как актуальное направление подготовки переводчиков // Казанский лингвистический журнал. 2020. – № 3. – С. 289–299.
2. Бобков И. А., Бильданова К. А., Найзабекова А. Д. Концептуальные и методологические аспекты дублирования в кинематографе // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2025. – №2–1 (101). – С. 39–44.
3. Елисеева М. В. Стратегии аудиовизуального перевода: трудности дубляжа и создания субтитров // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2020. – №18. – С. 46–48.
4. Тимко Н. В. Перевод ТВ-сериалов с английского языка на русский: лингвистический и экстралингвистический аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. – № 10. – С. 3408–3416.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОЙ МИСТИЧЕСКОЙ СКАЗКИ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК НИЛА ГЕЙМАНА «CORALINE» И «M IS FOR MAGIC»

К. Ф. Густенко

«Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск», kgustenko13@gmail.com

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст. преп.

В данной статье анализируются особенности перевода мистических сказок Нила Геймана на материале произведений «Coraline» и «M Is for Magic». Рассматриваются способы передачи атмосферы, символики и фольклорных элементов, а также ключевые переводческие стратегии.

This article examines the key features of translating Neil Gaiman's mystical tales, focusing on Coraline and M Is for Magic. It explores how translators convey atmosphere, symbolism, and folkloric elements, drawing on the theoretical approaches.

Актуальность исследования обусловлена тем, что современная мистическая сказка отличается от классических образцов жанра более сложной психологией персонажей, постмодернистскими мотивами и многослойностью смысла.

В процессе перевода художественного текста мистической сказки на русский язык переводчик сталкивается с задачей сохранения мистической напряжённости, авторского стиля и скрытой символики. Поэтому представляется актуальным проанализировать переводческие решения, выявить частотность применения переводческих трансформаций и представить особенности перевода текста мистической сказки.

Цель исследования заключается в том, чтобы выявить особенности передачи мистической атмосферы, стилистики и символики при переводе английских мистических сказок Нила Геймана на русский язык.

Объектом исследования являются англоязычные художественные тексты.

Предметом исследования являются переводческие трансформации, применяемые при переводе мистической сказки Нила Геймана («Коралина»; «М — значит магия»).

Материалом исследования являются произведения Нила Геймана «Coraline» (2002). «M Is for Magic» (2007) и их переводы на русский язык.

В работе используются такие методы исследования как:

- сравнительно-сопоставительный анализ;
- контекстуальный и лингвостилистический анализ;
- элементы культурологического анализа (подход Басснэтт–Лефевра, Венути).

Теоретико-методологические основания исследования базируются на работах Р. Якобсона, Л.Венути, С. Басснэтт и А. Лефевра, М. Хеннард де ла Рошер и В. Проппа.

При анализе перевода Геймана важны идеи Р. Якобсона о смысловых преобразованиях – модуляции, транспозиции и компенсации [10]. Подход Л. Венути (доместикация/форенизация) помогает учитывать передачу английских реалий и фольклорных элементов [9]. Концепция С. Басснэтт и А. Лефевра о переводе как культурном акте подчёркивает необходимость адаптации фольклорных мотивов [9]. Теоретики сказки, такие как М. Хеннард де ла Рошер и В. Пропп, опираются на структуру и архетипы волшебного нарратива [8].

Проблема исследования заключается в поиске переводческих решений, позволяющих учитывать прагматический аспект перевода.

Произведения Нила Геймана представляют собой многослойный текст, где психологическая тревожность, амбивалентность мира, зловещая символика, межкультурные отсылки и жанровая игра образуют единое художественное пространство.

В этих условиях переводчик вынужден тщательно подбирать трансформации и стратегии., учитывать языковую картину мира и культурологические особенности текста. Прагматическая реализация перевода предполагает сохранение эмоционального воздействия, авторской интонации и культурных смыслов, чтобы русскоязычный читатель воспринимал текст так же глубоко и многослойно, как и аудитория оригинала.

Представляется актуальным проанализировать некоторые особенности перевода англоязычного текста мистической сказки [2,3]

1. Передача тревожной атмосферы через лексику («Coraline2»)

Оригинал:

"The other mother's hand scuttled off Coraline's shoulder like a frightened spider."

Перевод на русский: (И. Гурова) [4]:

«Рука Другой мамы юркнула с плеча Коралины, как испуганный паук».

scuttle – ползти мелкими быстрыми движениями – «юркнула» передаёт скорость, но теряется ощущение «рывков».

2. Сохранение фольклорных мотивов («Coraline»)

Оригинал:

"She smelled the damp, musty smell of something that had been kept too long in the dark."

Перевод на русский:

«Пахло сырым, затхлым — так пахнет что-то, что слишком долго пролежало в темноте».

Перевод усиливает эффект добавлением «пролежало» - экспликация, делающая образ более конкретным.

3. Игра с именами и фонетикой («Coraline»)

Оригинал:

"Coraline. Not Caroline."

Перевод на русский:

«Коралина. Не Каролина».

В английском разница одной буквы = фонетический и смысловой акцент.

В русском звучание тоже сохранено – удачное прямое соответствие. Буквальный перевод без потери смысла.

4. Трансформация юмора в сборнике «M Is for Magic» (рассказ «How to Talk to Girls at Parties»)

Оригинал:

"Girls are from another planet," said Vic.

Перевод на русский:

«Девчонки — с другой планеты», — сказал Вик.

В оригинале выражение – метафора, обыгрывающая стереотип.

В рассказе оно оказывается буквальным, потому что девочки – инопланетянки.

Русский перевод сохраняет игру, хотя коннотация «girls» - «девчонки» делает речь более разговорной.

5. Ритм и паузы в мистической сцене (M Is for Magic, рассказ Don't Ask Jack)

Оригинал:

"It watches you. It waits."

Перевод на русский:

«Он за вами наблюдает. Он ждет».

Оригинал построен на коротких резких предложениях – тревога.

Русский перевод сохраняет структуру, но меняет местоимение (it – он), усиливая одушевлённость.

6. Описание пространства (коридора между мирами) («Coraline»)

Оригинал:

"It was a corridor, long and dark, with walls that seemed too far apart and too close together at the same time."

Перевод на русский:

«Это был длинный, тёмный коридор со стенами, которые казались одновременно и слишком близкими, и слишком далекими.»

Перевод точный, но меняет порядок слов – русский вариант звучит плавнее, теряется лёгкая «ломаность» оригинала.

Таблица 1- Частотность применения переводческих трансформаций

Пример	Тип трансформации (по Комиссарову)	Частотность (%)	Комментарий
1. Передача тревожной атмосферы («scuttled»)	Лексико-семантическая замена	55%	Выбор ближайшего русского глагола
2. Фольклорные мотивы	Добавление/уточнение (конкретизация)	40%	Экспликация скрытого смысла
3. Coraline/Caroline	Транслитерация + калькирование контраста	20%	Сохранение фонетической игры
4. It → он	Грамматическая замена	30%	Изменение категории одушевлённости

В результате исследования можно увидеть, что в переводах мистических сказок Нила Геймана сохранена мистическая атмосфера, применяется комбинирование доместикации и форенизации [4]. Основные трудности связаны с передачей ритма, семантической многослойности и зловещих образов. В ряде случаев переводчики усиливают эмоциональное воздействие (экспликация, модуляция).

Тексты Геймана представляют собой сложный объект для переводчика из-за многослойности, символизма и элементов тревожного сказочного хронотопа. Для сохранения адекватности перевода мистической сказки переводчик должен учитывать не только значения слов, но и ритм, атмосферу и функцию каждого образа.

Литература:

1. Баснэнт С., Лефевр А. Перевод: теория и практика. — М.: Прогресс, 2001. — С. 12–45.
2. Гейман Н. Coraline. — London: Bloomsbury, 2002. — С. 1–210.
3. Гейман Н. M Is for Magic. — London: HarperCollins, 2007. — С. 1–225.

4. Гурова И. Коралина. — М.: Эксмо, 2008. — С. 1–215.
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. — М.: Высш. шк., 1990. — С. 10–253.
6. Лыткина С., др. М — значит магия. — М.: АСТ, 2009. — С. 1–230.
7. Пропп В.И. Исторические корни волшебной сказки. — М.: Наука, 1982. — С. 5–220.
8. Рошер М. Хеннард де ла. Теория сказки. — СПб.: Питер, 2005. — С. 30–180.
9. Венути Л. Видимый переводчик: Доместикация и форенизация. — М.: Логос, 2004. — С. 15–90.
10. Якобсон Р.О. О лингвистических аспектах перевода // Вопросы языкознания. — 1959. — № 16. — С. 16–24.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНЫХ ТЕКСТОВ В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ

А. А. Демидова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, dnastya452@yandex.ru

Научный руководитель: Осолодченко М. Н., ст. преп.

В статье рассматриваются перевод научных текстов в области медицины с английского на русский и проблематика перевода. Проанализированы подходы к адаптации таких текстов и переводческие трансформации на материале мета-обзора Дж. Фирта, М. Сольми и Р. Э.Вуттона о роли образа жизни в психиатрии.

The article addresses the translation of medical scientific texts in medicine from English into Russian and its challenges. It analyzes approaches to the adaptation of such texts and translation transformations, using as a case study the meta-review by J. Firth, M. Solmi, and R.E. Wootton on the role of lifestyle in psychiatry.

Качественный перевод научных статей по медицине с английского языка имеет важное значение для развития российской науки и здравоохранения [4]. Актуальность данной работы обусловлена постоянным появлением новых медицинских терминов и понятий, которые создают значительные трудности для переводчиков и требуют разработки специальных подходов к их адаптации на русский язык [9].

Актуальность данного исследования обусловлена стремительным развитием мировой медицины и необходимостью оперативного перевода научных исследований для специалистов этой области.

Объект исследования – научный текст в области медицины на английском (оригинал) и русском (перевод) языках.

Предмет исследования – лингвистические особенности научного текста по медицине в переводческой деятельности.

Цель исследования – провести сравнительный анализ научного медицинского текста на английском и русском языках и выявить его особенности перевода.

Материалом исследования послужила английская научная статья по медицине, написанная Джозефом Фиртом, Марко Сольми и Робинот Э.Вуттоном (Joseph Firth, Marco Solmi and Robyn E. Wootton) «Мета-обзор «психиатрии образа жизни»: роль физических нагрузок, курения, диеты и сна в профилактике и лечении психических расстройств» из научного журнала «World Psychiatry» («A meta-review of «lifestyle psychiatry»: the role 360 of exercise, smoking, diet and sleep in the prevention and treatment of mental disorders») [8; 10]. Переводчик – П.В. Морозов

Задачи исследования:

1. Изучить теоретические основы научного текста.
2. Проанализировать лингвистические, структурные и терминологические особенности научных текстов и часто возникающие проблемы при их переводе.
3. Описать основные переводческие трансформации и выявить типичные проблемы, возникающие при переводе научных текстов.

Методы и приёмы исследования включают анализ переводческих трансформаций, сопоставительный анализ перевода, лингвостилистический анализ и метод контекстуального анализа терминологии.

Научный текст – это текст, который фиксирует, описывает и представляет результаты исследований, а также различные экспериментальные данные в сфере научной деятельности [2; 4].

При этом, данный стиль текста имеет строгие характеристики. Ключевыми признаками таких текстов являются содержательность, выверенность, объективность, структурность, аргументированность и насыщенность терминологией [6].

Особенности научных текстов включают использование пассивных конструкций, безличных предложений, абстрактной лексики, обилие сложных предложений и прямой порядок слов в них [3].

Английские тексты представляют собой жанр, для которого характерно строгое соответствие нормам объективности, логичности и точности изложения. Для однозначности и детальности используются специфические лингвистические средства (специализированная

терминология и пассивные конструкции), а также устойчивые клише («The data suggest...») [7].

В соответствии с схемой предпереводческого анализа И.С. Алексеевой [1], исходный материал был исследован по следующим ключевым пунктам:

1. Сбор внешних сведений о тексте:

Авторы статьи – Джозеф Фирт, Марко Сольми и Робинот Э.Вуттон, исследователи в области психиатрии и эпидемиологи. Реципиент и источник – статья опубликована в научном журнале «World Psychiatry» в 2020 году и рассчитана на профессиональную аудиторию в области психиатрии и здравоохранения [8; 10].

2. Определение состава информации и ее плотность — статья сочетает обладает когнитивной и оперативной информацией. Плотность текста очень высокая. Текст содержит строгие научные данные, специализированную терминологию и стандартизированные синтаксические конструкции [8].

3. Коммуникативная цель и задание — обеспечить адекватное восприятие информации русскоязычной научной аудитории и донести результат комплексного исследования эффективности антипсихотических препаратов в точной и объективной форме [10].

4. Речевой жанр — научный текст, который содержит высокий уровень когнитивной и оперативной информации, строгую композиционную структуру, объективность и безличность [4].

В ходе исследования перевода статьи, написанной Фиртом, Сольми и Вуттоном, был выявлен ряд следующих переводческих трансформаций по В.Н.Комиссарову [5; 6], которые помогают адаптировать научный текст для русскоязычной профессиональной аудитории:

Лексические трансформации:

Транслитерация и транскрипция.

Оригинал: «*Mendelian randomization (MR) studies*» [10],

Перевод: «*Исследования Менделевской рандомизации*» [8]

В этом примере термин «Mendelian randomization» транслитерирован и адаптирован как «Менделевская рандомизация», что является устоявшимся термином в русскоязычной научной литературе.

Конкретизация.

Оригинал: «*Sedentary behavior.*» [10]

Перевод: «*сидячий образ жизни*» [8]

Данный английский термин имеет широкое значение. Эта английская трансформация делает акцент на конкретизации до более понятного русскоязычного варианта.

Добавление.

Оригинал: «OR=0,827» [10]

Перевод: «ОШ=0,837» (отношение шансов) [8]

В переводе добавлена расшифровка «отношение шансов» для ясности, но в дальнейшем используется только аббревиатура «ОШ».

Грамматические трансформации:

Членение предложения.

Оригинал: «A meta-analysis of 36 prospective comparisons²⁹ found that higher levels of physical activity significantly reduced the subsequent risk of incident depression over a mean follow-up time of 7.4 years (OR = 0.837, 95% CI: 0.794-0.883), with low heterogeneity between included studies ($I^2=0\%$).» [10]

Перевод: «Метаанализ 36 проспективных сравнительных исследований²⁹ показал, что более высокие уровни физической активности значительно снижают последующий риск возникновения депрессии в течение среднего периода наблюдения в 7,4 года (OR=0,837, 95% CI: 0,794–0,883), при низкой неоднородности включенных исследований ($I^2=0\%$).» [8]

Сложное предложение оригинального текста разделяется на два простых. Это способствует более легкому восприятию информации на русском языке.

Лексико-грамматические трансформации:

Замена части речи.

Оригинал: «with low heterogeneity between included studies» [10]

Перевод: «*при низкой неоднородности между включенными исследованиями*» [8]

Дословно переводится «с низкой неоднородностью между включенными исследованиями». При переводе с данной трансформацией конструкция преобразована с заменой части речи, что делает звучание на русском языке более естественным.

Таким образом, использование этих приемов позволяет, сохраняя терминологическую точность и стилистические особенности научного текста, сделать его доступным для восприятия расширенной профессиональной аудиторией [1; 7].

При работе с медицинской научной литературой переводчик сталкивается с необходимостью комплексного использования разнообразных трансформационных приемов. Наиболее часто применяются такие конструкции, как транслитерация, конкретизация понятий, синтаксические перестройки предложений и лексико-грамматические замены [9]. Данные приемы способствуют сохранению точности научного содержания, обеспечивая соответствие

стилистическим нормам. Качественный перевод таких исследований обеспечивает возможность обмена новыми знаниями и распространения доказательственных данных на международном уровне в области психического здоровья уровне и здравоохранения [8; 10].

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
2. Алексеевичева С. Ю. К определению понятия «научно-популярный тип текста» // Царскосельские чтения. – 2010. – Т. 4. – № XIV. – С. 233–236.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 238 с.
4. Владимировна Т. Л. Язык и стиль научного текста. – М.: Издательство Московского университета, 2010. – 5 с.
5. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учеб. пособие. – М.: ЭТС, 2001. – 421 с.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
7. Латышев Л. К. Технология перевода: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Перевод и переводоведение». – М.: Академия, 2007. – 317 с.
8. Фирт Дж., Сольми М., Вуттон Р.Э. и др. Мета-обзор «психиатрии образа жизни»: роль физических нагрузок, курения, диеты и сна в профилактике и лечении психических расстройств // World Psychiatry. – 2020. – Т. 19. – № 3. – С. 360–380.
9. Чешуин Н. А., Тарарина Л. И. Стратегии перевода медицинской терминологии на основе выступлений зарубежных врачей с английского языка на русский // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2023. – Т. 14. – № 3.
10. Firth J., Solmi M., Wootton R.E. et al. A meta-review of "lifestyle psychiatry": the role of exercise, smoking, diet, and sleep in the prevention and treatment of mental disorders // World Psychiatry. – 2020. – Vol. 19. – No. 3. – P. 360–380.

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ АМЕРИКАНСКОГО ТРЕВЕЛ–БЛОГЕРА

Д. О. Денисова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, daraden2306@gmail.com

Научный руководитель: Онал И. О., к. филол. н., доцент

В статье анализируются особенности речевого портрета современного американского тревел–блогера Morgan Venn. Определяются основные концептуальные доминанты тревел–дискурса и языковые средства, формирующие доверительный и мотивационный тип коммуникации блогера с аудиторией.

This article analyzes the speech patterns of contemporary American travel blogger Morgan Venn. It identifies the key conceptual dominants of travel discourse and the linguistic tools that shape the blogger's trusting and motivational communication with her audience.

Современная цифровая среда превратила блогерство в одну из ключевых форм публичной коммуникации. В интернет–пространстве личность реализуется через создание контента, синтезирующего вербальные и визуальные компоненты. Блогер как современный медиакоммуникатор совмещает роли автора, редактора и продюсера, а его речевые практики отражают не только индивидуальные особенности, но и актуальные культурные и коммерческие тенденции.

Цель настоящего исследования – выявление особенностей речевого портрета американского тревел–блогера.

Материалом исследования послужили публикации и видеопосты американского тревел–блогера Morgan Venn, размещённые на платформе YouTube в 2023–2025 гг.

Тревел–блог – это мультимодальный медиажанр, в котором автор систематически публикует вербальные и невербальные (видео, фотографии, музыка, субтитры, графика) сообщения о путешествиях; цель жанра – одновременно информировать (маршруты, цены, советы), вдохновлять (оценочные описания, визуальный эффект) и развлекать (сторителлинг, личные эпизоды). Характерные признаки тревел–блога: мультимодальность, практическая направленность (советы и рекомендации), высокая оценочность и частые призывы к действию (подписаться, перейти по ссылкам) [3].

Под «речевым портретом» понимается совокупность устойчивых языковых и паравербальных маркеров, которые репрезентируют языковую личность в данных коммуникативных обстоятельствах – то есть те признаки речи, через которые складывается представление об

авторе как коммуникаторе [4, 5]. В работе мы опираемся на модель языковой личности, предложенную Ю. Н. Карауловым и включающей следующие уровни: (1) вербально–семантический (лексико–грамматические единицы и паттерны), (2) лингво–когнитивный / тезаурусный (концепты и доминанты), (3) мотивационный / прагматический (коммуникативные намерения, стратегии) [4].

Для анализа речевого портрета мы также используем пять принципов, предложенных в исследовании Б.Л. Бойко [2]:

- Рассматривать речь в контексте личности и ситуации.
- Искать экспрессивные (эмоциональные) элементы.
- Помнить, что речь в материале – только часть общего репертуара человека.
- Сопоставлять вербальные и невербальные проявления.
- Моделировать речевой портрет как живую, а не статичную систему.

В ходе анализа эмпирического материала было выявлено, что лексика американского трэвел–блогера преимущественно состоит из простых, повседневных слов и выражений, что делает её доступной для широкой аудитории. Используются фразы, характерные для разговорного стиля: «*Let's go!*», «*This is amazing!*», «*You should definitely try this*». Синтаксически речь построена на коротких, простых предложениях, что облегчает восприятие и делает повествование динамичным. На грамматическом уровне преобладают формы настоящего времени и повелительного наклонения. Анализ фонетической стороны речи блогера позволяет заключить, что блогер говорит чётко, с нейтральным акцентом, что способствует пониманию даже для не–носителей языка.

На уровне слов и фраз речь Morgan Venn отличается простотой, эмоциональностью и разговорной окраской. В речи блогера часто встречаются следующие выражения:

- *so good, absolutely gorgeous, super fun, amazing* – лексемы и словосочетания, содержащие эмоциональную оценку и создающие позитивный фон;
- *you guys, kind of, actually* – разговорные маркеры, делающие речь непринуждённой и дружеской;
- *make sure to subscribe, link in the description* – призывы к действию, характерные для блогеров.

Контент–анализ речевого поведения блогера позволяет выделить три ключевых концепта, формирующих основу её коммуникации. Центральным является концепт **путешествия как личного опыта**, что проявляется в акцентировании субъективных впечатлений, например: *I was so excited for my first time ever in Naples*. Важное место занимает

концепт **свободы и лёгкости**, реализующийся через упоминание ценностей независимости и минимализма: *I only brought a backpack for a week, and I kind of pride myself in that*. Также значимую роль играет концепт **красоты и вдохновения**, выражающийся через эмоционально насыщенные оценки окружающей среды: *The vibes were just so fun and immaculate*. Эти три концепта образуют взаимосвязанную систему, где путешествие предстаёт как глубоко личный, эмоционально окрашенный опыт, сочетающий свободу самовыражения с эстетическим восприятием мира.

С прагматической точки зрения, блогер использует приемы, направленные на формирование определенного отношения к контенту. Это проявляется в прямых обращениях к зрителю, использовании риторических вопросов. Такие фразы, как *What do you think?* или *Isn't this incredible?*, стимулируют аудиторию к мысленному диалогу. Акцент на исключительности рекомендуемых мест и впечатлений способствует созданию доверительных отношений со зрителем, что является ключевым для жанра тревел-блога.

Стилистическая сторона речи блогера также соответствует жанру тревел-блога: она отличается эмоциональностью, образностью и непринужденностью. Для усиления выразительности используются эпитеты и сравнения, например: *This place feels like a dream* или *The view is breathtaking*. Эти приемы делают повествование более ярким и способствуют лучшему запоминанию контента. Так как блог ориентирован на широкую аудиторию, в нем избегают узкоспециальной лексики и сложных терминов, что обеспечивает легкость восприятия.

Мультимодальный анализ – исследование, учитывающее взаимодействие разных каналов коммуникации (речи, изображения, звука, монтажа) – позволяет выявить, как вербальная составляющая дополняется визуальным рядом [1]. Анализ показывает, что видео блогера отличаются высоким качеством изображения, яркой картинкой и умеренным монтажом. В кадре чередуются пейзажи, люди, детали, что делает видео динамичным и интересным. Вставки фото, текста, музыки и склейки используются для поддержания внимания и подчеркивания ключевых моментов. Также сама блогер спокойно ведет себя в кадре: нет активной жестикуляции, мимика сдержана.

Проведенный анализ позволяет составить комплексный речевой портрет американского тревел-блогера Morgan Venn.

На вербально-семантическом уровне речь блогера характеризуется доминированием разговорной лексики, простых синтаксических конструкций и эмоционально-оценочных выражений, что обеспечивает легкость восприятия контента.

На лингвокогнитивном уровне в основе речевого портрета блогера лежат три главные темы: личный опыт путешественника, ценность свободы и легкости, а также восхищение красотой окружающего мира.

На прагматическом уровне реализуются стратегии персонального вовлечения (использование местоимений *we/ you*, риторические вопросы), доверительной рекомендации (акцент на личном опыте) и побуждения (вставки с призывами к действию). Данные стратегии направлены на укрепление связи с аудиторией, формирование сообщества и мотивацию к совершению целевых действий (подписка, переход по ссылкам).

Таким образом, речевой портрет Morgan Venn представляет собой сбалансированное сочетание доступности, эмоциональной искренности и прагматической выстроенности, позволяющее эффективно транслировать ценности и воздействовать на широкую аудиторию в рамках жанра тревел-блогинга.

Литература:

1. Байкова А. В. Мультиmodalный дискурс–анализ как один из методов коммуникативно–прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2022. – С. 230–234.
2. Бойко Б. Л. Принципы моделирования речевого портрета носителя социально–группового диалекта (к проблеме создания речевого портрета человека на войне) // Армия и общество. М.: НИЦ Наука–XXI, 2008. № 2. – С. 114–121.
3. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет–коммуникации: автореф. Дис. Горшкова Е. И. канд. филол. наук: Санкт–Петербург. 2013. – 24 с.
4. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность: учебное пособие. – М.: ЛКИ, 2010. – 263 с.
5. Крашенинникова А. А. Языковые средства в туристическом блоге как коммуникативный способ воздействия. Московский городской педагогический университет, Гуманитарный научный вестник. 2020. №12. – С. 96–102.

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ДЕЛОВЫХ СМИ

Д. А. Дубанова

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, dianadubanova1904@mail.ru

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

В данной статье рассматриваются стратегии перевода экономической терминологии в деловых СМИ. Анализ проведен на материале англоязычных деловых новостных изданий, таких как «Financial Times», «The Economist», «The Wall Street Journal».

This article investigates the strategies of translating economic terminology in the business media. The analysis is based on the materials of English-language business news publications such as “The Financial Times”, “The Economist”, and “The Wall Street Journal”.

В современном глобализованном мире деловые СМИ играют важную роль в процессе информирования людей об экономической деятельности. Экономические тексты отличаются высокой степенью специализации и насыщены профессиональной терминологией, точный перевод которой требует не только языковой компетенции, но и понимания специфики экономической сферы. Перевод экономических терминов является сложной задачей, так как от него зависит точность передачи информации и сохранение стилистических особенностей оригинального текста. Ошибки или неточности в переводе могут привести к искажению смысла и недопониманию среди читателей, что особенно критично в контексте деловой информации.

Актуальность обусловлена необходимостью выявления эффективных стратегий перевода экономической терминологии и анализа их применения в деловых СМИ.

Цель исследования – анализ стратегий перевода экономической терминологии в деловых СМИ и определение особенностей их применения на практике.

Объектом исследования является экономическая терминология деловых СМИ, а **предметом исследования** – стратегии, которые необходимо использовать при переводе данной терминологии.

По сравнению с научно-популярными и профессиональными экономическими текстами, в которых используется экономическая терминология, деловые СМИ имеют уникальную специфику ее перевода и использования, что определяется существенными отличиями прагматических установок.

Основными целями экономической терминологии в деловых СМИ является объяснение, вовлечение и воздействие на читателя, что напрямую связано с особенностями экономического языка в целом. Терминология экономики глубоко погружена в концептуальную систему, что определяет необходимость адаптации при обращении к широкой аудитории [1]. Согласно формулировке Т.А. Евтушиной экономические тексты в СМИ строятся на сочетании научной терминологичности и публицистической выразительности. Экономический дискурс в СМИ выполняет не только информативную, но и воздействующую функцию [2], поэтому адаптация терминологии становится обязательной частью при выполнении перевода.

Перевод экономической терминологии в контексте медиадискурса требует от переводчика глубоких знаний специализированной терминологии и умение адаптировать текст для целевой аудитории [3]. Поскольку медиадискурс сочетает информативность и публицистическую выразительность, ключевой стратегией становится прагматическая адаптация, позволяющая передавать экономические термины и концепты в понятной и функционально уместной форме. В рамках данного исследования мы будем рассматривать несколько примеров из англоязычных деловых изданий.

Рассмотрим стратегии перевода экономической терминологии в деловых СМИ.

Таблица 1 – Стратегия «калькирования»

Оригинал	Собственный перевод
The South African Reserve Bank cut its <i>main repo rate</i> to 6.75% on Thursday, on the back of expectations for inflation to tick lower amid higher growth.	В четверг Центральный банк Южно – Африканской Республики понизил <i>ключевую ставку repo</i> до 6,75%. Это решение было принято на фоне ожиданий снижения инфляции в условиях улучшения темпов экономического роста.

В переводе термина «*main repo rate*» использована стратегия калькирования. Данный термин является узкоспециализированным и может быть дословно переведен как «ставка по соглашению обратного выкупа», в экономических текстах за ним закрепился перевод «ставка репо». Переводчик должен обладать фоновыми знаниями, чтобы опознать данный термин и применить устоявшийся в русскоязычной экономической практике вариант. При переводе также учтена общая структура предложения. Данное предложение является примером абсолютной конструкции, поэтому одно предложение оригинала

переведено как два независимых предложения. Это позволило грамотно адаптировать не только экономическую терминологию, но и синтаксическую структуру предложения.

Таблица 2 – Стратегия «смыслового развития»

Оригинал	Собственный перевод
Nvidia, cryptocurrencies and <i>other areas</i> that had soared with nearly relentless momentum, as traders feared missing out on more gains, forced the market lower.	Мощный рост акций Nvidia, криптовалют и <i>других активов</i> привел к падению рынка. Причиной этому стал страх трейдеров остаться без прибыли.

Данный пример демонстрирует использование приема смысловое развитие. Для передачи «other areas» в экономической новостной статье был выполнен перевод «других активов». Это помогает более глубоко понять смысл содержания высказывания. Как было сказано в предыдущем примере переводчику необходимо адаптировать не только терминологию, но и его структуру. Поэтому было принято решение изменить членение предложения, что способствует облегчению восприятия информации для читателя.

Таблица 3 – Стратегия «контекстуальной замены»

Оригинал	Собственный перевод
<i>The market</i> reacted nervously to the government's proposal to raise the debt limit.	<i>Рынок</i> нервно отреагировал на предложение правительства повысить предел госдолга.

Приведенный пример рассматривает прием контекстуальной замены. Термин «the market» имеет большое количество значений: финансовый рынок, рынок, спрос, торг, продажа. Для правильного перевода данного экономического термина необходимо учитывать контекст данной новостной статьи. Именно в таких случаях используется данная переводческая стратегия.

Таким образом, перевод экономической терминологии в контексте деловых СМИ осуществляются с помощью ряда стратегий перевода. Иллюстрированные примеры подтверждают, что знание терминологии, грамотное использование переводческих приемов и понимание контекста позволяют осуществить грамотный перевод медиадискурса.

Литература:

1. Алексеева И.С. Введение в перевод введение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.:

Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. Евтушина Т. А., Ковальская Н. А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2014. № 6 (335). С. 42 – 46.

3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. Для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990 – 253 с.

ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНО ЗНАЧИМЫХ ФАКТОРОВ НА ВЫБОР ПЕРЕВОДЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ ПО ПСИХОЛОГИИ

Д. М. Еврасова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, evrasova04@mail.ru**

Научный руководитель: Золовкина Г. В., ст.преп.

Данная статья посвящена анализу культурно значимых факторов, влияющих на выбор переводческих стратегий при переводе с английского языка на русский в научно-популярных текстах по психологии.

This article examines the culturally significant factors influencing translation strategy choices in English-to-Russian popular-science psychology texts.

Культура и язык всегда являлись одними из ключевых аспектов при переводе любого вида текстов. Искусственный интеллект и глобализация упрощают перевод, делая его нейтральным и, зачастую, непонятным для представителей разных культур. С другой стороны, перевод – это не просто механическое преобразование слов с одного языка на другой; это сложный процесс внедрения переводчиком новой культуры. Формирование смысла и его передачу определяют убеждения, мировоззрения определенной группы людей и их ценности. Всё это составляет область культуры. Таким образом, изучение и анализ основ межкультурной коммуникации и выявление культурных особенностей в процессе перевода способствуют достижению взаимопонимания, адекватному отражению ситуаций и выстраиванию успешного межкультурного диалога.

Объектом исследования являются научно-популярные тексты по психологии. Предметом исследования данной работы являются культурно значимые факторы, влияющие на выбор стратегии перевода исходного текста (ИЯ) на язык перевода (ПЯ) в научно-популярной

литературе по психологии. Целью научной статьи является выявление и оценка культурно значимых факторов при интерпретации текстов и их влияние на подбор переводческих стратегий в научно-популярных текстах по психологии.

Основными задачами исследовательской работы стали:

1. Определить специфику культурно значимых факторов при переводе с английского языка на русский в научно-популярных текстах по психологии
2. Дать характеристику подобных явлений и предложить стратегии для их адекватного перевода.

Обращаясь к ранним исследованиям научно-популярных текстов по психологии, можно отметить, что зачастую главными проблемами перевода являются передача традиций, паттернов поведения, типичных шуточных ситуаций (юмора) с одного языка на другой. Таким образом, наиболее частым явлением, встречающимся переводчику, считается передача культурной составляющей для другой народности, обладающей своими взглядами на мир и восприятием действительности. По словам М.Л. Гаспарова: «Перевод должен вписываться в стилистическую перспективу родной словесности» [2]. Эта мысль доказывает необходимость соблюдения культурного контекста в рамках перевода текста для целевой аудитории другой страны. По статистике, книги по психологии помогают нам поднять дух, замотивировать себя для определенной цели или являются поддержкой в трудной жизненной ситуации. Это определяет полную адаптацию переводчиком текста оригинала для русскоговорящего читателя. Интерес читателя должен сохраняться на протяжении чтения всего материала, поэтому важен баланс между подачей когнитивной информации (терминология, концепций, факты) и оперативной (побуждения, восклицания, советы и пр.). При описании жизни человека с другого континента возникает вопрос о том, как текст может эффективно воздействовать на читателя, учитывая возможные культурные различия. Именно для обеспечения адекватной передачи смысла и желаемого воздействия переводчик выбирает стратегию вольного или буквального перевода. Безусловно, на определенном этапе преобладает одна стратегия перевода, на другом – иная, иногда они выступают на равных [1].

При переводе культурно значимой единицы интерпретатор воссоздает картину своего собственного взгляда или взгляда того народа, к которому он принадлежит. Такой подход к переводу называется механизмом реструктуризации ситуационного контекста, что означает выявление переводчиком закономерности влияния стиля, действующих лиц, времени и пространства, сюжета и других неязыковых факторов на

процесс перевода. То есть, переводчик заново воссоздает ситуационный контекст [1,3]. В процессе перевода, как межкультурного, так и культурного общения, автор, читатель и переводчик являются тремя разными субъектами коммуникации. Роли этих трёх субъектов постоянно меняются, а отношения между ними всё время регулируются. Суть стратегии реструктуризации *субъекта* заключается в том, что переводчик регулирует роль всех трех субъектов при работе с текстом [4].

В случае со стратегией перевода реструктуризации *пространства и времени*, здесь, интерпретатор стремится решить проблему несоответствия временных промежутков через использование современных и устаревших слов, а проблема пространства чаще всего решается с помощью описательного и семантического переводов.

Следует отметить, *механизм культурного контекста* является результатом стереотипов национальной психологии и культурных особенностей. На этапе перевода текста оба культурных контекста (исходного и переводящего языков) становятся одинаково значимыми, а по мере перехода к этапу формулировки культурный контекст переводного языка постепенно становится ведущим [4,5].

На примере научно-популярной книги по психологии Даниэля Канемана «**Думай медленно... Решай быстро**» (ориг. **Thinking, fast and slow**) [3], уже в переводе названия прослеживается культурная адаптация текста для русскоязычной аудитории. Замена описательного перевода на *компенсацию с добавлением «решай быстро»* объясняется культурной особенностью русскоязычного общества видеть результат, практическую пользу от прочтения данной литературы. Русскоязычный читатель, особенно в сфере научно-популярной литературы, ожидает от книги практической пользы, советов, как стать лучше, умнее, успешнее. Такой перевод лучше удовлетворяет эту потребность. Книги, которые обещают «научить», «помочь», «решить» – привлекают аудиторию больше нежели размытая формулировка оригинала.

Примеры из той же книги ярко иллюстрируют желание переводчика адаптировать текст для читателя с помощью метафор, «естественных для уха» выражений, например:

Таблица 1 - Адаптация через метафоризацию

Оригинал	Перевод
“... turned to standard operating procedures...”	«...перешел на автопилот, действуя по накатанной схеме...»

Переводчик здесь решает проблему баланса между когнитивной и оперативной информацией, объединяя образы знакомые читателю и метафоричность для сохранения эффекта заинтересованности.

Смещение фокуса с абстрактного «изучения» на личный, эмоциональный опыт читателя:

Таблица 2 - Реструктуризация объекта

Оригинал	Перевод
To begin your exploration of the surprising workings of System 1, look at the following words:	Чтобы вы сами почувствовали , как работает ваше <i>интуитивное мышление</i> (Система 1), взгляните на два простых слова:

В данном примере переводчик применяет стратегию реструктуризации субъекта для того, чтобы вовлечь читателя в коммуникацию и сделать его активным участником процесса. Нельзя не отметить в этом примере использование приёма добавления «интуитивное мышление» для того, чтобы читатель понимал, о каких системах мышления идет речь – термин Система 1 не используется в российской психологии как самостоятельный.

Русский язык, по сравнению с английским, чаще склонен к использованию активных отглагольных конструкций, где действие четко связано с одушевленным субъектом. Английский язык, напротив, более гибок в применении пассивных конструкций и безличных оборотов. Эта разница влияет на структуру предложения и на то, как информация воспринимается читателем в тексте.

**Таблица 3 - Восстановление субъекта.
Образование активного залога**

Оригинал	Перевод
An individual has been described by a neighbor:	Некто описывает своего соседа:

Данный пример наглядно иллюстрирует потребность замены пассивной конструкции оригинала **has been described** на введение одушевленного «Некто» в переводе на русский язык. Вследствие этого

происходит реструктуризация предложения для прямой связи исполнителя (субъекта) и его действия.

Таким образом, соблюдение культурного кода при переводе научно-популярной литературы по психологии является обязательным и особенно важным условием адекватного перевода. Точность научного содержания в данном случае достигается не буквализмом (дословным переводом), а глубоким погружением в культуру страны и его искусным использованием для построения ясного и убедительного высказывания. Чем больше переводчик углубится в культурный код текста ПЯ, тем успешнее и востребованнее его перевод будет на рынке и среди издательств.

Литература:

1. Гарбовский Н.К., Костикова О.И. Перевод и общество. Вестник Московского университета. Серия. 22: Теория перевода, 2018. № 1. С. 17–40.
2. Гаспаров М. Не заслонять собой подлинник от читателя [Электронный ресурс] / М. Гаспаров – 2001. – URL: http://www.mss.ru/kmg/20010626_kal-pr.html (дата обращения: 10.11.25)
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. – М.: АСТ, 2017. – 626 с.
4. Ольшанская С.В. Влияние внутрикультурных факторов на перевод. Вестник РГГУ. Серия «Филологические науки. Вопросы языкового родства», 2011. № 12 (74). С. 277–285.
5. Федоров А. В. Основы общей теории перевода.: лингвист. очерк. – 3-е изд. – М.: Высш. шк., 1968. – 396 с.
6. Schleiermacher F. Über die verschiedenen Methoden des Übersetzens // Das Problem des Übersetzens / Ed. H. J. Störrig. – Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1963.– P. 38 70.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА АВТОМОБИЛЯ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

А. А. Еговкин, М. А. Лухманова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, egovkin@icloud.com
Научный руководитель: Лухманова М. А., ст. преп.**

В статье рассматриваются языковые средства и лингвостилистика рекламы автомобилей, а также ее психологическое воздействие на потребителя. Анализ показывает, что реклама автомобилей использует

эмоциональные, оценочные и когнитивные стратегии для формирования престижного образа.

The article examines the linguistic means and stylistics of car advertising, as well as its psychological impact on consumers. The analysis shows that car advertisements employ emotional, evaluative, and cognitive strategies to create a prestigious image.

Актуальность данного исследования обусловлена ростом конкуренции на мировом автомобильном рынке и усилением роли рекламы в формировании имиджа бренда. Автомобиль в рекламе перестает быть только техническим объектом, так как он превращается в символ статуса, свободы, успеха и индивидуальности. Для успешного маркетинга критически важно понимать, как языковые средства создают эмоциональную связь между продуктом и потребителем.

Цель статьи – выявить и описать языковые средства, формирующие образ автомобиля в рекламных текстах.

Для этого необходимо разобрать понятие рекламного дискурса, проанализировать лексические и стилистические средства рекламных текстов автомобилей и выявить специфические стратегии речевого воздействия.

Материалом исследования послужили рекламные слоганы и визуальные материалы брендов BMW, Toyota, Mercedes-Benz, Citroen и др., размещенные в цифровой среде.

Рекламный дискурс рассматривается как совокупность коммуникативных практик, направленных на формирование и реализацию воздействия на адресата с целью продвижения товара, услуги или идеи. Кроме того, для достижения этой цели используются различные способы подачи товара: единичное или многократное упоминание, вербальные, визуальные средства, а также номинативные или оценочно-экспрессивные приёмы, формирующие эмоциональную и стилистическую окраску рекламного сообщения [2].

Данный дискурс характеризуется адресностью, эмоциональной насыщенностью, оценочностью, сжатостью информации и мультимодальностью. Так, любой дискурс имеет адресата, но реклама особенно точно выстраивает своё сообщение под конкретную аудиторию, используя обращения, сленг или культурные коды, близкие целевой группе, нередко с использованием личных местоимений [1]. На лексическом уровне эмоциональность достигается за счёт экспрессивных средств языка – эпитетов, метафор, повторов, сравнения, метонимии, звукописи (рифма, ассонансы, диссонансы). Как подчёркивает А.П. Чудинов, метафора выполняет когнитивную функцию — переводит абстрактные характеристики в доступные чувственные образы [4].

Оценочность проявляется в использовании прилагательных с положительной коннотацией, усиливающих престиж и привлекательность продукта (*elegant, strong, reliable*).

На морфологическом уровне мы наблюдаем преобладание глагольных форм повелительного наклонения, создающих эффект прямого обращения к адресату. Кроме того, часто встречаются прилагательные в превосходной степени (*best*).

Синтаксический уровень характеризуется краткими динамичными предложениями, парцелляцией и риторическими вопросами, что усиливает эмоциональное воздействие. Особое значение имеют слоганы — краткие и эмоционально насыщенные фразы, которые концентрируют идею бренда. Слоганы строятся по принципу максимальной выразительности при минимуме языковых средств, что соответствует свойствам рекламного текста [3].

В совокупности эти элементы формируют эмоциональную и символическую окраску рекламного текста, создавая у потребителя целостное представление о товаре. Рассмотрим подробнее это на реальных примерах.

Реклама автомобиля BMW с лозунгом: *FRONT WHEEL DRIVE AND CLOTH SEATS? YOU ARE BETTER THAN THAT*.

Данный пример апеллирует к чувству престижа адресата. Эпитет *better* создаёт позитивную коннотацию, вопросительная форма первого предложения вызывает когнитивный контраст и эмоциональный отклик, а личное обращение с элементом сравнения *You are better than that* эмоционально побуждает к выбору бренда. Мультимодальная составляющая — фото автомобиля в движении и логотип BMW — усиливает ощущение динамики и премиальности. Символические характеристика данной рекламы — статус, уверенность, сила.

Автомобиль Toyota: *IF YOU'RE LOOKING FOR AN EXCITING COUPE, YOU'LL FIND IT IN TOYOTA'S MULTI-VALVE RANGE*.

Данный пример адресован потенциальным покупателям спортивных купе. Эпитет *exciting coupe* формирует положительную эмоциональную окраску, условная конструкция вовлекает адресата в текст, а визуальные элементы демонстрируют разнообразие моделей. Кроме того, здесь также используется обращение к адресату через местоимение *you* для установления прямого контакта с потенциальным покупателем. Функциональные характеристики через *multi-valve range* (многоцилиндровый двигатель) подчёркивают спортивность, а символические — динамику и удовольствие от вождения.

Mitsubishi Galant: *When Car Magazine tested the Galant GTi, they couldn't believe their ears. Development it's hardly surprising that Mitsubishi*

have created such a refined GT. Sporting a 2 litre 16 valve 'twin-cam' engine which develops 144 bhp, the Galant GTi offers superb performance as well as a high level of specification.

Реклама сочетает рациональные и эмоциональные элементы: эпитеты **superb** (превосходный), **suprising, refined** (изысканный) подчёркивают престиж и качество, технические детали — двигатель **2-litre** (2-литрового объема), **16-valve** (16-клапанный двигатель) — рационально убеждают, поскольку точные цифры и факты подтверждают заявленную превосходную производительность и высокий уровень спецификации, предлагая покупателям объективные аргументы для принятия решения о покупке автомобиля.

Реклама Citroen AX с лозунгом: *THE CITROEN AX AND THE ROCKY MARCIANO PRINCIPLE*.

Данный пример использует культурную аллюзию и в то же время метафору, отсылая к известному образу Рокки Марчиано. Стратегия позиционного продукта подчеркивает принцип Рокки — «способность бить выше своей весовой категории». Citroen AX по данному принципу маленький, легкий и экономичный автомобиль, который, вопреки ожиданиям, предлагает удивительную динамику и производительность, сравнимую или превосходящую более крупные и дорогие конкуренты. Данная реклама стала культовым примером успешного позиционирования, применив метафору для формирования ассоциаций с силой и энергией транспорта.

Mercedes-Benz: *WITH EVERY MILE IT GROWS ON YOU*.

Знаменитый слоган изображает постепенное развитие эмоциональной привязанности к автомобилю через накопление совместного опыта в пути. Выражение **with every mile** (с каждым пройденным километром) метафорически обозначает не просто физическое расстояние, но и накопление опыта, времени и общих воспоминаний между водителем и автомобилем. Ключевым стилистическим приёмом здесь является персонификация автомобиля (**it grows on you**), подчеркивающая, что эта привязанность — естественный и глубокий процесс, а не просто мгновенное впечатление. Автомобиль в данном примере выступает живым существом, а местоимение **it** наделяется способностью действовать, активно влиять на восприятие владельца, делая транспорт буквально спутником водителя. Здесь смещается фокус с функциональных характеристик на символические качества — престиж, тонченность и удовольствие от долгосрочного владения.

Итак, рекламный дискурс автомобилей представляет собой сложную систему речевого и визуального воздействия, где языковые средства формируют у потребителя статусный и привлекательный образ

транспорта. Практический анализ показывает, что в английской рекламе применяются эмоциональные, оценочные и когнитивные стратегии, которые объединяют функциональные характеристики автомобиля с культурными и социальными ценностями. Лексические и синтаксические средства создают компактный, яркий и запоминающийся текст, а мультимодальность усиливает эффект воздействия.

Таким образом, автомобиль в рекламе превращается не только в технический объект, но и в символ статуса, успеха и индивидуальности.

Литература:

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. С. 6 – [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/arutunova/text.pdf> (дата обращения: 12.11.2025).
2. Булатова Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2012. С. 58-82 – [Электронный ресурс]. - URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/29138/1/978-5-7996-0741-8_2012.pdf (дата обращения: 12.11.2025).
3. Ключев Е. В. Речевая коммуникация: учебное пособие. – М.: Логос, 2019. С. 64-65 – [Электронный ресурс]. - URL: http://library.lgaki.info:404/2019/Ключев_Реч_коммуник.pdf (дата обращения: 12.11.2025).
4. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: монография. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2010. С. 52-54 – [Электронный ресурс]. - URL: <https://elar.uspu.ru/bitstream/ru-uspu/47963/1/mon00062.pdf> (дата обращения: 12.11.2025).
5. Drive2.ru. Публикация на автомобильном форуме. – [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.drive2.ru/l/5880117/> (дата обращения: 12.11.2025).
6. Flickr. Car Adverts (1980s & 1990s) / keefyd. – [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.flickr.com/photos/keefyd/albums/72157643392111724/page2> (дата обращения: 12.11.2025).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАШИННОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

А. В. Ерёмина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, aleksaeremina000@gmail.com

Научный руководитель: Осолодченко М. Н., ст. преп.

В статье проводится сравнительный анализ машинного и профессионального перевода. Рассмотрены системы машинного перевода и основные проблемы, возникающие при работе с программами машинного перевода. Исследование основано на руководстве пользователя мультиварки Philips.

The article provides a comparative analysis of machine and professional translation. Machine translation systems and the main problems that arise when working with machine translation programs are considered. The research is based on the Philips multicooker user's guide.

В связи с цифровым прогрессом, количество технических текстов, таких как инструкции по эксплуатации, справочники, каталоги продукции и др., растет ежедневно. Вместе с этим возрастает и спрос на перевод таких текстов. Ошибка в переводе может привести к сбоям в производстве или неправильной эксплуатации оборудования, поэтому вопрос качества перевода технических текстов остаётся актуальным.

Актуальность темы обусловлена развитием технологий машинного перевода и необходимостью критической оценки их эффективности в профессиональной среде.

Объект исследования – машинный перевод.

Предмет исследования – оценка качества машинного перевода текстов инструкций.

Цель исследования – проанализировать качество машинного перевода и выявить ошибки, связанные с терминологией, стилистикой, нормами и узором технического текста.

Материалом исследования послужило руководство пользователя мультиварки Philips HD 2151 на английском и русском языках.

Задачи исследования:

1. Изучить понятие и особенности технического текста;
2. Обозначить наиболее часто возникающие проблемы, при переводе технического текста;
3. Рассмотреть системы машинного перевода;

4. Проанализировать основные проблемы, возникающие при работе с программами машинного перевода;

5. Проанализировать машинный и профессиональный перевод технического текста с английского языка на русский.

Для решения задач, поставленных в работе, используются следующие **методы**: анализ литературы по теме исследования, сравнительный и сопоставительный анализ, метод предпереводческого анализа текста.

В современной отечественной лингвистике отсутствует единое общепринятое определение технического текста, поскольку его обычно рассматривают в рамках более широкого понятия, а именно научно-технического текста. Авторы Кушнина Л.В. и Улитина С.Г. отмечают, что «многие специалисты употребляют термин "научно-технический перевод", не задумываясь над тем, что научный перевод существенно отличается от технического перевода» [4]. Буран А.Л. даёт следующее определение – «технический текст представляет собой особую единицу коммуникации с единой системой терминологии, имеющей однозначное толкование и понимание среди специалистов определенной профессиональной сферы» [2].

«Машинный перевод – это процесс перевода текста с одного языка на другой, который выполняется компьютером полностью или почти полностью» [3].

«Существуют следующие виды машинного перевода: машинный перевод на основе правил, машинный перевод на основе примеров, статистический машинный перевод, нейронный машинный перевод, гибридный машинный перевод» [6].

Для дальнейшего исследования необходимо рассмотреть систему машинного перевода, с помощью которой будет проводиться сопоставительный анализ.

Яндекс Переводчик – это онлайн-сервис, с помощью которого любой пользователь может перевести текст за считанные секунды. На 2025 год сервис способен выполнить перевод на 107 языков. На данный момент Яндекс Переводчик является гибридной системой машинного перевода.

Для оценки перевода следует указать наиболее часто возникающее переводческие ошибки. Как отмечают авторы Бузаджи Д.М., Гусев В. В. и др., «к основным группам ошибок относят:

- 1) нарушения при передаче смысла, связанные с денотативным содержанием текста;
- 2) нарушения, связанные с передачей стилистических характеристик оригинала;
- 3) нарушения, связанные с передачей авторской оценки;
- 4) очевидные нарушения нормы и узуса ПЯ». [5].

Для проведения предпереводческого анализа за основу была взята классификация Алексеевой И.С. [1].

1. Сбор внешних сведений о тексте: руководство пользователя мультиварки Philips HD 2151 на английском и русском языках.

2. Определение источника и реципиента: источник – групповой; реципиент – коллективный. Руководство ориентировано на широкую аудиторию, в первую очередь на тех, кто приобрёл или пользуется мультиваркой Philips HD 2151.

3. Состав информации и её плотность: преобладают когнитивная и оперативная информация, плотность информации высокая.

4. Коммуникативная задача: донести фактическую и предписывающую информацию до реципиента полно и недвусмысленно.

5. Жанр текста: инструкция.

Проведем сравнительный анализ на примере профессионального перевода и машинного перевода, выполненного Яндекс Переводчиком.

1. Оригинал: *«If you encounter problems when using this appliance, check the following points before requesting service».*

Профессиональный перевод: *«При возникновении неполадок в процессе использования прибора перед обращением в сервисную службу проверьте следующее».*

Машинный перевод: *«Если при использовании данного устройства у вас возникнут проблемы, прежде чем обращаться в сервисное обслуживание, проверьте следующие пункты».*

Для русскоязычных инструкций характерен способ безличного сообщения информации. Таким образом, в переводе машинной системы была допущена ошибка, связанная с отклонением от стилистических норм переводимого языка.

2. Оригинал: *«After cooking meat with a skin (e.g. ox tongue) which may swell under the effect of pressure, do not prick the meat while the skin is swollen; you might be scalded».*

Профессиональный перевод: *«После приготовления мяса с кожей (к примеру, говяжьего языка), которое может раздуться под давлением, не протыкайте вздувшуюся кожу, иначе можете получить ожог».*

Машинный перевод: *«После приготовления мяса с кожей (например, бычьего языка), которая может вздуться под воздействием давления, не прокалывайте мясо, пока кожа не набухнет; вы можете обжечься».*

В данном примере Яндекс Переводчик сохранил пунктуационный знак ИТ (точка с запятой), что является нарушением пунктуационных норм ПЯ.

3. Оригинал: «*Wait until the pressure is naturally released and the **floater** has dropped to open the top lid*».

Профессиональный перевод: «*Перед тем как открыть крышку, дождитесь, пока давление сбросится автоматически, и **поплавковый клапан** опустится вниз*».

Машинный перевод: «*Подождите, пока давление не спадет естественным образом и **поддон** не опустится, чтобы открыть верхнюю крышку*».

«Floater» – это устройство, которое обеспечивает регулирование уровня жидкости. В профессиональном переводе был выбран русский эквивалент данного термина, в то время как машина допустила ошибку, связанную с нарушением при передаче смысла.

4. Далее приведем примеры перевода лексики, которая используется в описании панели мультиварки.

Таблица 1 – Описание лексики мультиварки

Оригинал	Профессиональный перевод	Машинный перевод
Add ingredient button	Кнопка добавления ингредиента	Кнопка добавить ингредиент
Sauce thickening button	Кнопка приготовления соуса	Кнопка для загущения соуса
My favourite button	Кнопка любимый рецепт	Кнопка выбора моих любимых блюд
Meat cubes' size selection button	Кнопка выбора размера порции мяса	Кнопка выбора размера мясных кубиков
Timer selection indicator	Индикатор настройки таймера	Индикатор выбора таймера

Данные примеры демонстрируют, что в большинстве случаев Яндекс Переводчик использует дословный перевод: «sauce thickening» - «загущение соуса», «meat cubes' size» - «размер мясных кубиков», «timer selection» - «выбор таймера». Дословный перевод считается нарушением при передаче смысла.

Несмотря на стремительное развитие систем машинного перевода, мы можем сделать вывод, что в настоящее время машинный перевод не способен полностью заменить профессионального переводчика. Машинный перевод может быть полезен для понимания общего смысла, но для создания качественного, публикуемого материала, необходимо участие квалифицированного специалиста.

Литература:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
2. Буран А.Л. К вопросу об основных лингвистических характеристиках технического текста // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2012. – №4 (119). – С. 97-99.
3. Воронович В.В. Машинный перевод. Конспект лекций для студентов 5-го курса специальности «Современные иностранные языки». // В.В. Воронович – Минск, 2013 – 39 с.
4. Кушнина Л.В., Улитина С.Г. Формирование коммуникативной компетенции переводчика технических текстов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 7 (61). Ч.1. – С. 185-189.
5. Новый взгляд на классификацию переводческих ошибок / Д.М. Бузаджи, В.В. Гусев, В.К. Ланчиков, Д.В. Псурцев; под ред. И.И. Убина. // М.: Всероссийский центр пер., 2009. – 122 с.
6. Machine Translation and the Evaluation of Its Quality / M.S. Mauřec, G. Donaj // Recent Trends in Computational Intelligence. – 2019. – doi:10.5772/intechopen.89063

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НЕМЕЦКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

А. А. Зеленина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск», gelya.lk56777@mail.ru**

Научный руководитель: Деркач А.В. ст. преп.

В статье исследуются особенности перевода немецких рекламных текстов косметических брендов на материале сайтов «Nivea» и «Balea», анализируются лингвистические средства, обеспечивающие эффективность перевода и сохранение прагматического воздействия.

The article examines the peculiarities of translating German advertising texts of cosmetic brands using materials from the "Nivea" and "Balea" websites, analyzing linguistic means that ensure translation effectiveness and preservation of pragmatic impact.

Современная рекламная коммуникация представляет собой значимый компонент экономических процессов, выполняя функцию

стимулирования потребительского спроса. Особую важность рекламные сообщения приобретают в косметической индустрии, где продукция ориентирована на эмоциональную сферу и формирование индивидуального имиджа. При выходе брендов на международный рынок перевод играет ключевую роль: он должен точно передавать смысл и вызывать у новой аудитории те же эмоции, что и оригинал.

Актуальность работы заключается в необходимости межкультурного приспособления рекламных сообщений в условиях глобализации. Успешное развитие косметической сферы повышает требования к переводу рекламы. Профессиональная переводческая деятельность помогает создать привлекательный образ товара и донести его ключевые характеристики, сохраняя посыл оригинального текста.

Целью исследования является определение особенностей передачи эмоциональной составляющей и анализ специфики перевода немецких рекламных текстов в косметической области направленности на основе сайтов косметических брендов «Nivea» и «Balea».

Теоретической основой исследования послужили работы ведущих специалистов в области переводоведения, включая В.Н. Комиссарова, А.Д. Швейцера, К. Райс, которые рассматривают рекламный текст как сложное лингвопрагматическое образование.

Исследовательскую базу составили 15 рекламных текстов с официальных сайтов косметических брендов «Nivea» и «Balea». Методика исследования включает сравнительный анализ оригинальных текстов и их переводов.

Проведенное исследование выявило преобладание стилистических приемов в немецких рекламных текстах косметической продукции.

Эпитеты активно используются для создания благоприятного восприятия товара. На примере описания детского крема Nivea: "zarte Pflege für zarte Babyhaut" переведено как «нежный уход для нежной кожи малыша». Прилагательные с положительным значением формируют атмосферу заботы и безопасности.

Метафоры служат инструментом образной передачи функциональных характеристик продукции. В рекламе освежающей сыворотки встречается выражение: "Diese Creme wirkt wie ein Frische-Kick für die Haut" с переводом «Этот крем действует как заряд свежести для кожи». Метафорическое сравнение усиливает восприятие мгновенного эффекта.

Гиперболизация применяется для акцентирования исключительных качеств товара. Пример из рекламы увлажняющего средства Balea: "Sofortige 24h Feuchtigkeit" переведено как «Мгновенное 24-часовое

увлажнение». Преувеличение временных параметров воздействия создает эффект максимальной эффективности.

Особого внимания заслуживает передача специальной терминологии. В косметических текстах регулярно встречаются термины: "Hyaluron" («гиалуроновая кислота»), "Falten" («морщины»), требующие точного соответствия в переводе. Профессиональная лексика должна транслироваться установленными эквивалентами, обеспечивая достоверность информации.

Анализ лексико-грамматических особенностей перевода выявил несколько характерных закономерностей. Прежде всего, следует отметить использование сравнительных конструкций, как, например, в рекламном слогане: "Wirkt effektiver als eine normale Tagescreme" («Действует эффективнее, чем обычный дневной крем»). В подобных случаях сохранение сравнительной степени прилагательного позволяет точно передать ключевое конкурентное преимущество продукта, выделяя его на фоне аналогов.

Не менее важным аспектом является применение модальных глаголов, что иллюстрирует фраза: "Kann erste Falten innerhalb von 2 Wochen reduzieren" («Может сократить первые морщины в течение 2 недель»). Переводчик передал модальный глагол "kann" его прямым русским аналогом «может», что позволяет сохранить умеренность и достоверность маркетингового обещания, избегая категоричных утверждений.

Существенную роль в создании объективного и экспертного тона играет употребление пассивных конструкций. Ярким примером служит выражение: "Wird von Dermatologen empfohlen" («Рекомендуется дерматологами»). Использование страдательного залога в переводе позволяет подчеркнуть независимость и авторитетность источника рекомендации, усиливая тем самым доверие потребителя.

Не менее значимый прагматический эффект достигается за счет использования определительных местоимений, как в слогане: "Jede Haut verdient besondere Aufmerksamkeit" («Каждая кожа заслуживает особого внимания»). Переводчик точно передал местоимение "jede" его русским эквивалентом «каждая», что способствует созданию эффекта персональной обращенности к каждому потенциальному покупателю, усиливая эмоциональный отклик.

Важную роль играет передача грамматических особенностей, в частности, степеней сравнения прилагательных. В слогане "bester Schutz für empfindlichste Haut" перевод «лучшая защита для самой чувствительной кожи» сохраняет экспрессивную насыщенность оригинала через грамматические соответствия.

Проведенный анализ показывает, что успешная переводческая стратегия в косметической рекламе основывается на комплексном учете взаимодействия лексико-грамматических и стилистических компонентов. Ключевой задачей становится передача сложных экспрессивных конструкций, требующая от переводчика высокой профессиональной подготовки и глубокого понимания специфики отрасли.

Литература:

1. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. — М.: ЭТС, 2004. — 424 с.
2. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. — М.: Наука, 1988. — 215 с.
3. Райс К. Классификация текстов и методы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. — М.: Международные отношения, 1978. — С. 202–228.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ АНГЛИЙСКИХ ЭВФЕМИЗМОВ И ДИСФЕМИЗМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК В ТЕКСТАХ НОВОСТНОГО МЕДИАДИСКУРСА

В. Л. Зубкова, М. В. Влавацкая

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, zubkova.vika1878@gmail.com**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д.фил.н., профессор

В статье рассматриваются понятия «эвфемизм» и «дисфемизм», их функционирование в текстах новостного медиадискурса общественно-политической сферы. На материале статей зарубежных изданий проанализированы переводческие решения отобранных эвфемизмов и дисфемизмов.

The article deals with the concepts of "euphemism" and "dysphemism" and their functioning in the texts of news media discourse within the socio-political sphere. Based on articles from foreign publications, the study analyzes translation solutions for selected euphemisms and dysphemisms.

Современная информационная среда состоит из множества медиапотоков, где новостные статьи играют роль не только в передаче знаний, но и в формировании мировоззрения. Стремясь оказать нужный эффект на читателей, авторы используют различную оценочную лексику. Такими языковыми единицами считаются эвфемизмы и дисфемизмы. Их

использование обусловлено целями дискурса, включая маскировку реальности, смягчение негативного контекста или, наоборот, усиление отрицательных аспектов и придание нейтральным или положительным понятиям негативной оценки [3].

Актуальность данного исследования определяется необходимостью лингвистического анализа прагматических аспектов перевода эвфемизмов и дисфемизмов. Особый интерес представляет анализ переводческих трансформаций, необходимых для передачи их коннотативных значений и прагматических функций при переводе с английского языка на русский.

Целью исследования является выявление особенностей перевода эвфемизмов и дисфемизмов в общественно-политическом медиадискурсе, с английского на русский язык.

Материалом исследования послужили статьи сетевого издания «ИноСМИ», представляющие собой переводы публикаций из таких изданий, как The Guardian, The New York Times и т.д.

Существует множество подходов к определению термина «эвфемизм». К. Аллан и К. Барридж определяют эвфемизм как лексическую единицу, употребляемую для позитивизации или нейтрализации обозначения референта (воспринимаемого в данной речевой ситуации как негативный), чье прямое наименование в данной ситуации расценивается либо как грубое, оскорбительное, либо нежелательное по каким-либо экстралингвистическим причинам [6].

Одной из причин использования эвфемизмов является необходимость завуалировать или приукрасить действительность. Функция маскировки действительности выделяется многими лингвистами, например, И. Р. Гальпериным, А. М. Кацевым, Л. П. Крысиным, В. П. Москвиным, Е. И. Шейгал и т.д. Из функции маскировки вытекает связанный с ней мотив манипулирования мнениями людей, которое становится возможным благодаря разному объему и качеству знаний у адресанта (знает всё как есть) и адресата (знает не всё). Манипулятивность в первую очередь свойственна эвфемизмам в политическом и юридическом дискурсах [5], а также в текстах средств массовой информации в целом [1].

Что касается дисфемизма – это лексическая единица, употребляемая с целью выражения негативного и уничижительного отношения к коммуникативной ситуации в целом или к ее участникам [6]. Дисфемизм представляет собой преднамеренную замену нейтрально-окрашенного слова на лексему с явно негативной коннотацией.

Основной функцией дисфемизмов в контексте новостного медиадискурса является стратегия дискредитации оппонента. Таким

образом, происходит уничтожение, умаление образа оппонента и подрывание доверия со стороны читателей.

Отмечается, что использование эвфемизмов, как и дисфемизмов, обусловлено контекстом, то есть в разных диалектных группах и зависимости от коммуникативной ситуации и интенции автора, они будут отличаться. Для того чтобы адекватно перевести рассматриваемые единицы, необходимо в первую очередь проверить значение слова в словаре, затем вывести смысл из контекста и анализа экстралингвистических факторов речевой ситуации (намерения говорящего, наличие или отсутствие цензуры).

Изучение теоретических основ перевода позволило выявить комплексную специфику передачи эвфемизмов и дисфемизмов при переводе новостных текстов с английского на русский язык. Согласно концепции А. Д. Швейцера, основная трудность заключается в достижении коммуникативно-прагматической эквивалентности, что требует одновременного сохранения денотативного значения, стилистической окраски и прагматического эффекта исходных единиц [4].

При переводе эвфемизмов ключевой задачей становится сохранение их маскирующей и смягчающей функции, для этого требуется поиск функциональных аналогов в русском языке. В случае с дисфемизмами переводчик сталкивается с необходимостью передачи их экспрессивно-негативной нагрузки. Самым распространенным способом перевода эвфемизмов и дисфемизмов является *эквивалентное соответствие*, оно используется в тех случаях, когда компоненты значения единицы оригинала по своим функциям совпадают с компонентами значения единицы перевода в пределах данного контекста.

В остальных случаях переводчик прибегает к разного рода переводческим трансформациям. За основу анализа переводческих трансформаций возьмем классификацию В. Н. Комиссарова. В его трудах описаны:

1) лексические трансформации (транскрипция, транслитерация и калькирование, или замена составных частей единицы лексическими эквивалентами языка перевода);

2) грамматические и лексико-грамматические (дословный перевод, членение предложений, объединение предложений и грамматические замены; прием антонимического перевода, прием описательного перевода и прием компенсации);

3) лексико-семантические (конкретизация, генерализация и модуляция) типы трансформаций [2].

В качестве примеров анализа переводов, рассмотрим отобранные с сетевого издания «ИноСМИ» лексемы в общественно-политическом контексте.

Таблица 4 – Перевод дисфемизма в контексте предложения

<i>Оригинал</i>	<i>Перевод</i>
A recent report from state broadcaster RÚV details how the taxi-driving profession has been swamped by foreign labor.	В недавнем репортаже государственного вещателя RÚV подробно рассказывается, как иностранцы практически подмяли под себя профессию таксиста.

Данный пример из статьи о миграционной ситуации в Исландии описывает положение на рынке труда в сфере такси. Автор сознательно использует дисфемизм «**swamped**» вместо нейтральных вариантов вроде «filled with» или «occupied by», чтобы сформировать у читателя негативное восприятие трудовой миграции. При переводе на русский язык произошла *грамматическая трансформация* – пассивный залог заменили на активный, в результате чего иностранцы были представлены как активные агрессоры. Подобранная метафора «**подмяли под себя**», усилила их дискредитацию через семантику умышленного силового подавления, что соответствует прагматической установке автора.

Далее рассмотрим пример эвфемизма из той же статьи. Эвфемизм «**the r-word**» встроен в более широкий дискурс о «культуре отмены» и ограничении свободы слова. Автор использует его как маркер идеологической борьбы, где ярлык «расист» становится инструментом давления. Поэтому использование эвфемизма сохраняет нормы политической корректности. При передаче этого эвфемизма на русский язык был использован *прием описательного перевода*, поскольку не существует эквивалента. Также для лучшего понимания русскоязычной аудиторией добавлена расшифровка в скобках.

Таблица 5 – Перевод эвфемизма в контексте предложения

<i>Оригинал</i>	<i>Перевод</i>
Cultural distance, closed borders, and deportation are still largely out of bounds for those who don't want to be branded with the r-word .	Культурная дистанция, закрытые границы и депортация по-прежнему немислимы для “приличных” граждан, которые не хотят, чтобы их назвали “словом на букву Р” [<i>расист</i>].

В статье о военных преступлениях в бывшей Югославии автор использует дисфемизм “**rampaged**” для описания характера

противоправных действий хорватской армии в ходе операции «Буря». Переводчик подбирает *эквивалентное соответствие* «**буйствовали**», которое сохраняет изначально негативную коннотацию.

Таблица 6 – Перевод дисфемизма в контексте предложения

<i>Оригинал</i>	<i>Перевод</i>
Croat forces rampaged UN-protected areas of the self-declared Serb Republic of Krajina, looting, burning, raping and murdering their way across the province.	Хорватские силы буйствовали в находящихся под защитой ООН районах самопровозглашенной Республики Сербская Краина, попутно грабя, сжигая, насилюя и убивая.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает, что перевод эвфемизмов и дисфемизмов в новостном дискурсе требует особого внимания к их прагматической функции. Анализ показывает, что успешная передача этих языковых единиц достигается через комплексное применение переводческих трансформаций, учет контекста ситуации и коммуникативную интенцию автора.

Литература:

1. Балакина Ю. В., Дадашова С. Э. Эвфемизация в политической коммуникации Евросоюза в период миграционного кризиса // ИСОМ. 2016. №5-1. С. 130–136.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
3. Морева А. В., Грекова О. М. Особенности и трудности перевода эвфемизмов (на материале новостных статей ВВС) // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2018. №4. С. 90-102.
4. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер — М.: Наука, 1988. — 215с.
5. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Дис. ... д-ра филол. наук. Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2000. – 431 с.
6. Allan K., Burrige K. Forbidden words: taboo and the censoring of language. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 303 с.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ О ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ

Г. М. Зубов

**Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала
армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии**

Российской Федерации,

г. Новосибирск, anna.Glibina@inbox.ru

Научный руководитель: Глибина А. А., к.ф.н., доцент

В статье автор рассматривает, каким образом происходит перевод реалий в произведениях, посвящённых Второй мировой войне. Особенность перевода состоит в том, что текст оригинала содержит множество реалий, относящихся к военной сфере и быту военнослужащих, которые не знакомы современному читателю.

The article reveals how culture-specific words are translated in the books devoted to World War II. The main challenge of the translation is that the original text contains a lot of culture-specific words (realities), which are linked to the military sphere and the everyday life of the servicemen, that most modern readers know nothing about.

Каждая лингвокультура включает в себя универсальный и национально-культурный компоненты, которые отражены в языке её носителей. Согласно Щукиной Д.Н., универсальный компонент связан с тем, что представители разных лингвокультур, в целом, видят мир одинаково [1]. Тем не менее, у каждой лингвокультуры есть свои специфические особенности, которые непосредственно связаны с экстралингвистическими факторами. Они отражаются в языке, прежде всего, при помощи безэквивалентной лексики.

Томахин Г. Д. определяет безэквивалентную лексику как «лексические единицы, не имеющие словарных эквивалентов в одном из сопоставляемых языков» [2]. Поэтому такую лексику, как отмечают Верещагин Е.М. и Костомаров В.Г., нельзя семантизировать с помощью перевода [3].

В данной работе в след за Бархударовым Л.С. безэквивалентная лексика будет пониматься как «лексические единицы (слова и устойчивые словосочетания) одного из языков, которые не имеют ни полных, ни частичных эквивалентов среди лексических единиц другого языка» [4, с. 22]. Безэквивалентная лексика, среди прочего, включает в себя реалии.

Реалии – это слова, обозначающие предметы, явления, события или традиции, уникальные для конкретной культуры, региона или

исторической эпохи [5], например, *генералиссимус, Катюша, brigadier, lance corporal, parliament, labor party, yard, mile, penny, squadron* и т.д.

Исследованию способов перевода реалий посвящено множество работ, однако настоящее исследование актуально, поскольку со времени окончания Второй мировой войны прошло уже более 80 лет. Реалии, характерные для той эпохи, в настоящее время являются непонятными для представителей современного поколения, что усложняет задачу переводчика.

Для проведения исследования в качестве материала был взят оригинальный текст романа Дж. Хеллера «Catch 22» [6] и его перевод «Поправка 22», выполненный Кистяковским А.А. [7].

Реалии могут передаваться в языке перевода при помощи транслитерации, гипо-гиперонимического перевода (когда устанавливается эквивалентность между единицами, находящимися в родовидовых отношениях), использования ближайшего по смыслу неполного эквивалента, с помощью описательных конструкций, посредством экспликации, калькирования и др. [8].

В проанализированных оригинале и переводе были обнаружены все указанные способы.

Во-первых, название самого произведения содержит реалию (Catch 22), репрезентирующую уникальный концепт, специфичный для американской культуры и бюрократии военного времени со значением *парадоксальная, безвыходная ситуация*:

Catch-22 - a situation in which there are only two possibilities, and you cannot do either because each depends on having done the other first [9].

Переводчик калькировал первоначальную структуру названия реалии, а в качестве первого элемента использовал слово *поправка*:

There was only one catch and that was Catch-22 [6] - *Существовала только одна поправка, и это была Поправка-22* [7].

Этот подход усиливает бюрократическую сатиру и абсурдность военной системы.

В тексте оригинала широко используются названий реалий, связанных с особенностями военной сферы и бюрократического аппарата, например, *squadron, chaplain, WAC* и пр.

При передачи таких реалий в тексте перевода обычно используются ближайшие по смыслу неполные эквиваленты, значение которых не всегда известно широкой аудитории:

The day before Yossarian met the chaplain, a stove exploded in the mess hall and set fire to one side of the kitchen [6] – *Накануне встречи Йоссариана с капелланом в госпитальной столовой взорвалась газовая печь, и огонь мигом охватил одну из деревянных стен* [7].

Капеллан – это священник при капелле или помощник приходского священника в католической церкви, однако в тексте имеется в виду военный священник, о чём свидетельствует определение слова:

Chaplain – a priest or other Christian religious leader who performs religious services for a military group (such as the army) or for a prison, hospital, etc. [8]

Среди отобранных примеров достаточно часто встречаются переводы при помощи кальки. Например, реалия **WAC** (The Women's Army Corps) передаётся как *женский вспомогательный батальон*.

...sweet-faced woman with curly ash-blond hair who was not a nurse and not a Wac and not a Red Cross girl [6] – *...миловидная молодая женщина со слегка волнистыми светло-пепельными волосами – не сестра милосердия, не дамочка из Красного Креста и не девица из Женского вспомогательного батальона...* [7].

Однако слово *Army* (сухопутные войска) при переводе было заменено на слово *вспомогательный*, что разъясняет сущность выполняемой военнотружущими работы:

WAC was the women's branch of the United States Army, created during World War II). Their noncombat jobs ranged from switchboard operators to mechanics to bakers and beyond [10].

Таким образом, при помощи кальки сохраняется форма, а при помощи экспликации устраняется неоднозначность, которая могла бы возникнуть при понимании.

Так как текст посвящён участникам боевых действий, в нём встречаются названия званий и должностей, часть из которых также является реалиями. Например, в следующем отрывке реалия *warrant officer* была переведена как *младший лейтенант*:

The warrant officer on Yossarian's left was unimpressed by the entire incident of the soldier in white [6] – *Младшему лейтенанту, левому соседу Йоссариана, было наплевать на солдата в белом* [7].

В данном случае вновь используется неполный эквивалент, который более знаком целевой аудитории. Звание *warrant officer* более соответствует российскому званию прапорщика, поскольку занимает промежуточное положение между офицерским составом и старшинами. Однако в американской армии это военнотружущий, являющийся узкоспециализированным специалистом в какой-либо области (авиаинженер, специалист по эксплуатации систем ПВО и др.):

Warrant officers rank between specialists and commissioned officers. They are highly specialized technical and tactical expert within the military, who acts as a bridge between enlisted and commissioned officers [10].

Анализ отобранных примеров показал, что наиболее часто при передаче реалий переводчик использует неполные эквиваленты (36% примеров), экспликацию (17% примеров), калькирование (13%) и гиперонимического перевода (7% примеров). Описательный перевод практически не используется.

Литература:

1. Щукина Д. Н. О переводе реалий // Вестник магистратуры. – 2015. – № 4 (43). – Т. II. – С. 10-12.
2. Томахин Г. Д. Лексика с культурным компонентом значения // ИЯШ. – М., 1980. – № 6. – С. 47-50.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Н. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М., 1983.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
5. Опарина Е. О. Безэквивалентная лексика / Основные понятия переводоведения (отечественный опыт). Терминологический словарь-справочник. 2010. – С. 18-20/
6. Heller J. Catch-22. – New York: Dell Publishing, 1955. – 467 p.
7. Хеллер Дж. Поправка-22. – М.: АСТ, Фолио, 1998. – 528 с.
8. Виноградов В. С. Введение в переводоведение: Общие и лексические вопросы. – М., 2001. – 224 с.
9. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/catch-22> (accessed: 18.10.2025).
10. The Britannica Dictionary [Electronic resource]. – URL: <https://www.britannica.com/dictionary/chaplain> (accessed: 06.10.2025).

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АРХЕТИПИЧЕСКИХ КОНЦЕПТОВ СЛАВЯНСКОГО И ИРЛАНДСКОГО ФОЛЬКЛОРА

К. С. Иванова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, broadway2031@gmail.com**

**Научный руководитель: Проскурина А. В., д.фил.н., доцент, доцент
каф. ИЯ ГФ**

Статья посвящена переводу элементов славянской и ирландской мифологии. Рассматриваются схожие архетипы и стратегии перевода для минимизации смысловых потерь и сохранения культурной уникальности.

This article emphasizes the challenges of translating cultural elements of Slavic and Irish mythology. It explores the similarities between certain folkloric archetypes and studies diverse strategies of translating that would make it possible to carry out the translation while minimizing semantic losses and preserving the original text's cultural uniqueness.

Фольклор является уникальным пластом культуры, который состоит из переплетенных между собой ценностей, верований, мифологического сознания и коллективного представления народа о мире. Ключевыми элементами фольклорной картины мира являются архетипы – универсальные концепты, адаптированные под реалии конкретного национального менталитета и быта.

К. Г. Юнг определял архетипы как «изначальные образы», которые являются коллективной собственностью культуры и проявляются в сказках, мифах, поверьях и прочих частях фольклорного наследия. В лингвокультурном контексте эти образы рассматриваются как отдельные концепты, формирующие собой фундамент национального фольклора [3].

Проблема перевода текстов, несущих в себе фольклорные элементы, обусловлена конкретной задачей переводчика передать не только основной сюжет произведения, но и глубинные культурные смыслы, заложенные в этих концептах. Стоит сказать, что к переводу всегда предъявляют два несовместимых требования: он должен придерживаться не только языка и культуры оригинального текста, но языка и культуры перевода. Иными словами, переводчик сталкивается с трудным выбором: сделать текст понятным для иноязычного читателя, прибегая тем самым к средствам культурной адаптации, или сохранить его аутентичность и характерные ему национальные концепты, рискуя, тем самым, получить непонятный для реципиентов текст [1].

Сопоставительный анализ архетипов: Баба-Яга и Кайлех

Одним из самых сложных для перевода с ирландского на русский язык архетипов является образ зловещей, хтонической женской фигуры, связанной с природой, темными магическими обрядами и смертью. В славянском фольклоре это Баба-Яга, а в ирландском и кельтском народном творчестве можно часто встретить персонажа по имени Кайлех (*Cailleach*). Оба существа предстают старухами с противоречивой позицией и характером – при помощи своих магических сил они могут как помогать герою, так и нести для него прямую угрозу [2]. Такой колоритный фольклорный архетип будет трудно передать простым односторонним концептом «ведьма» (*witch*) или «злая старуха» (*evil hag*), не потеряв в процессе уникальные качества и образы персонажей. В их случае более удачными представляются стратегии форенизации (Баба-Яга как «*Baba Yaga*») или использование описательных конструкций, вместо перевода имени (*Cailleach* как «древний дух леса», «старая лесная колдунья»). Такие стратегии, хоть они и бывают громоздкими, позволяют избежать нежелательных коннотаций и точнее передать фольклорный архетип.

Репрезентация архетипа героя: Богатырь и Кухулин

Архетип главного героя народных сказок и былин также зачастую имеет ярко выраженную национальную специфику. Трое славянских богатырей – Алеша Попович, Илья Муромец и Добрыня Никитич – не только защитники родины, но и воплощение народной силы, мудрости и ценностей [2]. Их сила имеет эпический, гиперболизированный характер, в то время как ирландский герой Кухулин (*Cú Chulainn*) является совершенно другой фигурой, так же играющей важную роль в фольклоре и национальной устной культуре. Он воин-одиночка, связанный трагичными узами чести, личного рока и магических запретов (гейсов или «*gease*»). Как и в предыдущем случае, переводчику не получится уместить эти архетипы в такие концепты как «герой» (*hero*), так как этот эквивалент является нейтральным, не передает специфики и упускает аспект служения родной земле. «Рыцарь» (*knight*) тоже не подходит в качестве перевода, поскольку переносит образ в систему западноевропейского феодализма, что в случае с богатырями противоречит реалиям Древней Руси.

Проведенный в этой статье анализ показал, насколько схожей может быть проблематика перевода фольклорных архетипов в славянской и ирландской культурах. Такие элементы текста являются комплексной задачей, требующей от переводчика не только лингвистических знаний, но и глубокого понимания культурного контекста и его особенностей. Самым продуктивным подходом, в конкретном случае, является

применение форенизации, калькирования и транслитерации, при условии, что будут так же учтены и использованы компенсаторные элементы – глоссарии, сноски и краткие пояснения в самом тексте. Такая гибридная стратегия осуществления перевода позволит переводчику составить понятный для иноязычных читателей текст и, что самое важное, сохранить аутентичность фольклорных элементов текста.

Литература:

1. Калихина А. С. Проблематика передачи культурного контекста в переводе / УрФУ. – 2017. – С. 9.
2. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры / М.: Академический проект, 2004. — С. 167.
3. Юнг К. Г. Архетип и символ / М.: Ренессанс, 1991. – С. 17.

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ОНОМАТОПЕИ В АНГЛИЙСКОЙ ДЕТСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ «THE NOISY GARAGE»)

А. В. Кириченко

**Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, angel2016chita@gmail.com**

**Научный руководитель: Проскурина А.В., д.фил.н., доцент, доцент
каф. ИЯ ГФ**

Работа исследует перевод ономатопеи в детской литературе на примере книги Денниса Р. Шили «The Noisy Garage». Анализируются трудности и стратегии передачи звукоподражаний на русский язык с учетом детского восприятия.

The study examines the translation of onomatopoeia in children's literature, analyzing difficulties and strategies for transferring sound-imitative words into Russian, considering children's psycholinguistics.

Актуальность исследования перевода ономатопеи обусловлена значительным распространением англоязычной детской литературы и необходимостью поиска адекватных способов передачи звукоподражаний, которые являются ключевым элементом художественного мира произведений для детей. Ономатопея представляет собой не просто фонетическую имитацию звуков, а сложный лингвистический феномен, находящийся на стыке языкознания, теории перевода и культурологии [2]. Особую сложность для переводчика представляет культурная обусловленность

звуковосприятия, когда один и тот же акустический феномен в разных языках передается различными фонетическими комплексами.

С.В. Воронин определяет оноματοпею как центральное понятие в теории звукоподражания и звукосимволизма [3]. В детской литературе звукоподражания выполняют не только номинативную функцию, но и играют ключевую роль в создании игровой атмосферы, развитии фонематического слуха и эмоциональном восприятии текста ребенком.

Проведенный анализ 30 примеров из книги «The Noisy Garage» позволил выявить основные стратегии передачи оноματοпеи, применяемые профессиональными переводчиками (см. рис.1):

■ функциональный аналог (замена) ■ транскрипция/транслитерация
■ творческий поиск (создание неологизма)

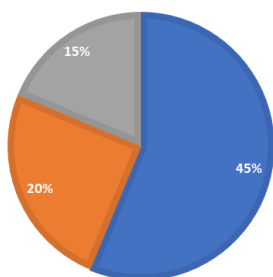


Рис. 1 – Стратегии перевода

Функциональный аналог (замена) применяется в случаях, когда в языке перевода существует устоявшееся звукоподражание, обозначающее тот же звук. Например, английское «*honk*» передается как «би-би», «*drip*» как «кап», «*POP!*» как «БАЦ!». Данная стратегия, используемая в ~45% случаев, обеспечивает естественность восприятия и мгновенное узнавание звука целевой аудиторией.

Транскрипция/транслитерация с адаптацией используется для передачи интернациональных звуков или оноματοпей, не имеющих прямых аналогов. Например, «*Vroom!*» переводится как «Врррум!», «*Creeeaak!*» как «Кряяакс!», «*ZZZAP!*» как «ЗЗЗАП!». Этот способ, составляющий около 20% от общего числа переводческих решений, позволяет сохранить оригинальное звучание, адаптируя его к фонетическим нормам русского языка.

Творческий поиск (создание неологизма) применяется при передаче сложных или вымышленных звуков, не имеющих аналогов в русском языке. Например, «*Screech!*» переводится как «Вжииик!», а сложносоставная оноματοпея «*Swish-flap*» передается как «Вжик-шлёп». Эта стратегия, используемая в 15% случаев, требует от переводчика

особого творческого подхода и глубокого понимания фонетических закономерностей русского языка.

Контекстуальная замена становится необходимой, когда прямой перевод семантически неуместен. Ярким примером является перевод «*Burp!*» (отрыжка) в контексте работы механизма как «*Бульк!*». В данном случае переводчик жертвует звукоподражательной точностью ради сохранения логики и стилистики повествования.

Особого внимания заслуживает проблема перевода ониматопеи в креолизированных текстах, где вербальный и визуальный компоненты образуют единое целое [1]. Как отмечает С. Макклауд, ониматопея в комиксах и иллюстрированных книгах становится «звуком видимого мира» [5]. Переводчик должен учитывать не только фонетические, но и графические аспекты, подбирая такие слова, которые органично впишутся в отведенное для них пространство на иллюстрации.

Проведенное исследование демонстрирует, что успешный перевод ониматопеи в детской литературе требует от переводчика творческого подхода и гибкого комбинирования различных стратегий с обязательным учетом психолингвистических особенностей детского восприятия, культурной специфики и визуального компонента текста. Дальнейшее изучение данной проблемы может быть связано с разработкой комплексной методики перевода звукоподражаний для разных возрастных групп и жанров детской литературы.

Литература:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизированных текстов). — М.: Academia, 2003. — 128 с.
2. Ван Минъюй. Исследование по звукоподражанию в современном русском языке. — М.: МАКС Пресс, 2005. — 133 с.
3. Воронин С. В. Звукоподражание; Звукоподражания теория; Звукосимволизм // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 682 с.
4. Shealy Dennis R. The Noisy Garage. — New York: Golden Books, 2016 — 24p.
5. Scott McCloud Understanding Comics: The Invisible Art. — New York: Harper Perrenial, 1993. — 222 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖАНРА ХОРРОР

Т. В. Коломыльцева, М. А. Лухманова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, kiptonazomiko5555@gmail.com

Научный руководитель: Лухманова М. А., ст. преп.

В статье изучаются лингвистические и стилистические особенности и сложности перевода произведений жанра хоррор. Анализируется перевод примеров из романа С.Кинга «Оно» на русский язык, выполненный В. Вебером, и предлагается собственный перевод. Рассматриваются ключевые переводческие трансформации, необходимые для адекватной передачи атмосферы страха и сохранения авторского идиостиля.

The article is devoted to linguistic and stylistic peculiarities and difficulties in translating horror fiction. It analyzes Russian translation of the examples from S. King's novel "It" made by V. Weber and offers own one. The key transformations, necessary to convey adequately the atmosphere of horror and to preserve the unique author's style are studied.

Зародившийся в России еще в 15 веке, жанр хоррор, каким мы его привыкли видеть сейчас, проскальзывал в «Повести о Дракуле» (Сказании о Дракуле воеводе). Перевод книг и адаптации фильмов пришли позже, в 90-ые, когда книжные полки и российский прокат наводнили зарубежные произведения литературы и кинематографа. Книги и фильмы жанра хоррор были полны иностранного колорита. В них можно было ознакомиться как с реалиями других стран, так и прочувствовать уникальный для каждого произведения страх, передаваемый на другой язык разными средствами, характеризующими стиль автора.

Актуальность этой темы обусловлена популярностью жанра хоррор и его ролью в массовой культуре. Работы этого жанра часто переиздаются в новом переводе, для которого немаловажную роль играет сохранение особенностей текста исходного языка без полного стилистического уподобления оригиналу.

Цель данной статьи выявить особенности перевода произведений жанра хоррор на материале романа Стивена Кинга «Оно».

Для достижения цели нам было необходимо изучить типологизацию художественных текстов жанра хоррор, рассмотреть лингвистические и стилистические особенности описания ужаса в романе Стивена Кинга «Оно», а также обозначить проблемы, наиболее часто возникающие при переводе элементов хоррора.

Зарождение литературы ужасов связывают с готическими романами второй половины XVIII века, стоящими у истоков не только хоррора, но и научной фантастики, и фэнтези [4]. Возникновение готики связано с английским предромантизмом, для которого была характерна идея враждебного и хаотичного мира, что привело к популярности агностицизма и мистификации жизни [3]. Эта традиция нашла продолжение в творчестве Эдгара Аллана По, где ужас носит психологический характер, а источником кошмара становятся человеческие пороки и безумие.

В современном же хорроре можно выделить два ключевых архетипа. Первый – «ужас перед территорией хаоса» (рассказ о доме), где локация (замок, дом), захваченная сверхъестественными силами, становится главным антагонистом. Этот архетип прослеживается от «Замка Отранто» Х. Уолпола до произведений Э. По и Г. Джеймса [3]. Второй архетип – «страх перед монстрами» – объединяет страх перед внешней угрозой, будь то фольклорные существа (оборотни, вампиры) или фантастические пришельцы («хтонь» Г.Ф. Лавкрафта). В противовес ему выступает архетип «зла внутри человека», где источником ужаса становится сама человеческая природа, что ярко отражено в психологических новеллах Эдгара По.

Стивен Кинг, современный «король» жанра, синтезировал оба подхода. Как отмечает сам автор, хоррор по своей природе аллегоричен и символичен: он позволяет говорить о табуированных темах и выражать подавляемые эмоции [6]. Таким образом, переводчик работает не с буквальным описанием ужаса, а с системой образов и символов, которые необходимо корректно декодировать и перенести в иную культурную среду.

В работе И.С. Алексеевой «Введение в переводоведение» художественному тексту присваивается третья группа переводимости. Такие тексты в большинстве своем не содержат когнитивной или оперативной информации, но богаты эмоциональной и эстетической. Сам же художественный текст – примарно-эстетический [1].

Художественный перевод может лишь бесконечно сближаться с подлинником. Потому что у художественного перевода есть свой творец, свой языковой материал и своя жизнь в языковой, литературной и социальной среде, отличающейся от среды подлинника [2].

В романе «Оно» Стивен Кинг использует множество стилистических средств, в числе которых:

1. Простые и сложные эпитеты

“George’s artificial say-cheese smile turned into a horrid leer.” [7]

– *Натужная улыбка Джорджа «скажи сыр» превратилась в злобную ухмылку.* [8]

Неестественную “artificial” улыбку Джорджа В. Вебера заменяет на натужную, применяя смысловое развитие. Выражение “horrid leer” он адаптирует как “злобную ухмылку”, применив калькирование. Сложный эпитет Вебер также переводит калькированием, несмотря на тот факт, что фраза относится к иностранным реалиям.

2. Цветовые эпитеты

Наиболее частотными в употреблении являются цвета black и white. Во многих случаях эти два цвета используются в связке при описании американских жителей, темнокожих и белокожих соответственно. За ними следует red – цвет тревоги и крови. [5]

“The water in the tub was bright pink.” [7]

– *“Вода в ванной ярко алела.”* [8]

Отрывок в переводе В.Вебера претерпевает некоторые трансформации. Оттенок “bright pink”, калькированием переводящийся как ярко розовый, становится насыщеннее и “ярко алеет”. В переводе Вебера сцена становится мрачнее, т.к. в данном описании Стэн теряет еще больше крови, чем в оригинале. Происходит замена части речи – прилагательное заменяется в языке перевода на глагол.

3. Капитализация

“THAT QUESTION, of course, was “Where do you get your ideas?” [7]
– *“ЭТОТ ВОПРОС, само собой, «где вы берете свои замыслы?»* » [8]

Через капитализацию С. Кинг передает значимость и эмоциональную важность элемента, выделяя его, как нечто особенное для конкретного персонажа, так как довольно часто прием капитализации используется в мыслях главных героев.

4. Добавочные описания в скобках

“...and a thought suddenly tried to surface (you keep eating this way Beverly Marsh is never going to look at you) but it was an unpleasant thought and so he pushed it away.” [7]

– *“...и внезапно на поверхность попыталась пробиться мысль (будешь и дальше так есть, Беверли Марш никогда на тебя не посмотрит), неприятная мысль, и он затолкал ее обратно в глубину.”* [8]

С.Кинг использует скобки чтобы лучше описать внутренние переживания героев, придавая их характерам глубины и наглядно демонстрируя, что страхи могут быть и подсознательными.

5. Метафоры

“It was deeply lined, the skin a parchment map of wrinkles, tattered cheeks, arid flesh.” [7]

– “Глубокие складки, кожа – пергаментная сеть морщин, щеки в лохмотьях, высохшая плоть.” [8]

Метафоры Кинга носят гротескный характер, часто подчеркивающий физические уродства. Описание лица клоуна в переводе В.Вебера является недостаточно точным, так как оно не передает всю степень гротеска. Например, прилагательное *arid* несет более сильный контекст и означает крайнюю степень засухи.

Также детально Стивен Кинг описывает и физиологические реакции, акцентируя внимание читателя на 4 аспектах:

1. Мимика:

“**His eyes bulged.**” [7]

– “Его глаза выкатились из орбит.” (перевод автора исследования)

2. Движение рук и ног:

“**...but his feet seemed as welded to this sidewalk as the teetertotters in the schoolyard were welded to the ground.**” [7]

– “...его ноги были будто приварены к земле, так же крепко, словно качели-балансиры на школьном дворе.” (перевод автора исследования)

3. Дыхание:

“**His lungs didn’t have enough air in them to manage a scream.**” [7]

– “Его легким не доставало воздуха, чтобы закричать.” (перевод автора исследования)

4. Сердцебиение:

“**But now the booming was only his racing heart, and the only voice in the night was the faraway sound of a police siren**” [7]

– “Но сейчас в ушах отдавалось лишь его гулкое сердцебиение, а единственным звуком в ночи была далекая полицейская сирена.” (перевод автора исследования)

В данном произведении Стивен Кинг использует комплексный подход, где лексика, синтаксис и психологический реализм работают совместно для создания атмосферы страха. Его приемы направлены на то, чтобы читатель не просто понял, что персонаж боится, а физически почувствовал этот страх вместе с ним.

Следовательно, основная задача переводчика – распознать этот многоуровневый подход и применить соответствующие переводческие трансформации (калькирование, смысловое развитие, лексические и синтаксические замены, и др.) так, чтобы любой читатель мог испытать тот же ужас и страх, что и читатель оригинального текста.

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений – СПб.:

Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) — М.: Издательство Института общего среднего образования РАО, 2001 – 224 с.

3. Жаринов Е. В. История жанра романа ужаса в литературе Англии и Америки // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. — 2009. — № 6. – С. 25–34.

4. Заломкина Г. В. Специфика фантастического в литературной готике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2015. — № 12-2 (54). – С. 91–94.

5. Зубинова А. Ш. Цветовые эпитеты в сборнике повестей Стивена Кинга «Будет кровь» // Молодой ученый. — 2016. — № 10 (114). – С. 1459-1461.

6. Кинг С. Пляска смерти; пер. с англ. В. Вебера. — М.: АСТ, 2014. – 896 с.

7. King S. It [Electronic resource] / — 1986. — URL: <https://libcat.ru/knigi/fantastika-i-fjentezi/uzhasy-i-mistika/296818-stephen-king-it.html#read> (accessed: 10.11.2025).

8. Кинг С. Оно [Электронный ресурс] / пер. с англ. В. Вебера. — 2011. — URL: <https://libcat.ru/knigi/fantastika-i-fjentezi/uzhasy-i-mistika/429141-stiven-king-ono-tom-1-ten-proshlogo-litres.html#text> (дата обращения: 10.11.2025).

РОЛЬ ПЕРЕВОДЧИКА КАК МЕДИАТОРА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В. В. Кравцова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, kravtsovav02@mail.ru

Научный руководитель: Проскурина А. В., д. фил. н., доцент,

доцент каф. ИЯ ГФ

В статье рассматривается роль переводчика как посредника межкультурной коммуникации в условиях глобальной взаимосвязанности. Анализируются языковые, культурные и этические трудности, влияющие на точность передачи смысла и обеспечение взаимопонимания между представителями разных культур.

The article examines the role of a translator as a mediator of intercultural communication in an interconnected global environment. It examines linguistic,

cultural and ethical challenges that affect the accuracy of meaning transfer and foster mutual understanding between representatives of different cultures.

Межкультурная коммуникация в последние десятилетия приобретает особую значимость в условиях глобализации и интенсивного взаимодействия между различными культурами. Особую роль в этом процессе играет как перевод как форма опосредованного общения, охватывающая не только языковые, но и культурные, социальные и эмоциональные аспекты общения, включая невербальные средства. Исследования отмечают, что переводчик становится ключевой фигурой, обеспечивающей адекватную передачу смысла и культурных реалий между участниками коммуникации.

Актуальность исследования определяется возрастающей потребностью общества в квалифицированных переводчиках, способных преодолевать межкультурные барьеры и обеспечивать точное и корректное восприятие публицистических текстов. Публицистический дискурс отличается высокой степенью культурной маркированности, что усложняет задачу переводчика и требует применения специальных стратегий и приемов.

Объект исследования – процесс перевода немецкоязычных публицистических текстов на русский язык.

Предмет исследования – роль переводчика как медиатора в процессе перевода данных текстов.

Цель работы – выявить и проанализировать роль переводчика как медиатора в процессе перевода немецкоязычных публицистических текстов.

Задачи исследования:

1. Определить понятие «межкультурная коммуникация» и раскрыть роль переводчика в этом процессе
2. Рассмотреть функции переводчика как медиатора между культурами.
3. Описать специфику публицистического текста и особенности его перевода.

Межкультурная коммуникация — это диалог культур, в котором состоят два или более участников, обладающих различным языковым и культурным опытом [3, с.15]. С. Г. Тер-Минасова подчеркивает, что любая коммуникация между представителями разных социокультурных общностей неизбежно включает элементы интерпретации, адаптации и культурной рефлексии [3, с.17]. С точки зрения теории перевода, переводчик является ключевой фигурой в этом процессе. Согласно В.Н. Комиссарову, переводчик выступает как посредник, обеспечивающий не только передачу смысловой информации, но и «социально-культурное

равновесие» между участниками общения. С. Г. Бархударов считает, что перевод — это не механическое сопоставление языковых единиц, а преобразование текста с учётом различий в культурных картинах мира. Таким образом, роль переводчика заключается в обеспечении точного и корректного переноса информации из одной культурной системы в другую, при этом учитывая прагматические, социокультурные и эмоциональные параметры исходного высказывания.

Функции переводчика как посредника были подробно рассмотрены в работах С. Г. Тер-Минасовой, которая описывает специалиста как «главного участника диалога культур» [3, с. 46]. Он обеспечивает взаимопонимание между представителями разных социокультурных групп, адаптируя культурные ценности, реалии и мировоззрение. В теории перевода В.Н. Комиссаров выделяет прагматическую функцию переводчика, связанную с необходимостью учитывать цели автора, особенности адресата и условия коммуникации. Переводчик выступает не просто транслятором текста, но и интерпретатором, выявляющим скрытые смыслы и культурные импликации.

Публицистический текст сочетает в себе информативность и воздействие — об этом писали многие исследователи. Публицистика стремится одновременно информировать читателя и сформировать его мнение по определённом вопросу, что выражается в комбинации логической аргументации, оценочной лексики и выразительных стилистических средств.

По мнению Г. Д. Томахина, при переводе публицистических текстов важно соблюдать не только семантическую точность, но и национально-культурные коннотации, которые являются неотъемлемой частью медиа дискурса. Он подчёркивает, что публицистика часто содержит реалии, культурно маркированные единицы и метафорические выражения, требующие функционально-динамического соответствия в языке перевода.

Немецкий публицистический текст обладает рядом особенностей, которые определяют его структуру, стиль и способы воздействия на читателя. Прежде всего, публицистика в Германии традиционно характеризуется высокой информационной насыщенностью и стремлением к объективному изложению фактов. Для немецких текстов типична логичность и чёткая аргументация, что связано с общей культурой академической точности и строгой структурированности немецкого письменного дискурса.

Одной из ключевых особенностей является сложный синтаксис. Немецкие публицистические тексты нередко включают длинные предложения с разветвлёнными придаточными, вставными

конструкциями, обособленными пояснениями и распространёнными атрибутивными группами. Такая структура служит цели точного описания явлений и минимизации двусмысленности, но при переводе становится значительной сложностью. Ярким примером подобного построения является предложение: *«Originell wirkten da schon eher bewusste künstlerische Zitate, die Bildmotive aus der Malerei übernahmen, sie aber in neue (Märchen-)Kontexte stellten und stereotype Geschlechterrollen aushebelten»*, где сложноподчинённая структура содержит сразу три придаточных предложения, зависящих от главного.

Кроме того, немецкая публицистика активно использует номинализации — существительные, образованные от глаголов или прилагательных, что придаёт тексту официальный и аналитический характер (например: *die Umsetzung, die Verbesserung, die Einhaltung*). При переводе такие конструкции часто требуют преобразования в глагольные формы, чтобы сохранить естественность русского текста.

Также немецкие медиатексты отличает комбинация информативности и оценочности. С одной стороны, автор стремится к точной передаче данных, с другой — включает элементы скрытой или открытой оценки, что проявляется в выборе лексики, использовании модальных слов, риторических вопросов, цитат общественных деятелей. В отличие от русской публицистики, где оценка может выражаться ярче и прямолинейнее, немецкая часто прибегает к более сдержанным, но выразительным языковым средствам. Так, например, в предложении *„Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg die Zahl der Ausbildungsplätze im dualen System um 3,2 Prozent.“* можно отметить необходимость особого внимания в отношении информационной насыщенности с целью сохранения точности данных и структуры сообщения. Переводчик обязан сохранять беспристрастность и избегать внесения личных оценок и интерпретаций

Подводя итог, можно отметить, что функции переводчика как медиатора межкультурной коммуникации отличаются высокой степенью сложности и многогранности. Переводчик не только обеспечивает точность передачи текста, но и способствует развитию межкультурного диалога, распространению культурных ценностей, взаимопониманию и сотрудничеству между народами. Его работа требует сочетания лингвистической компетенции, культурной осведомленности и коммуникативной гибкости. Благодаря этому перевод становится не просто языковым процессом, а важным компонентом глобального взаимодействия культур.

Литература:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
3. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: [учеб. пособие] / С. Г. Тер-Минасова. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
4. Томахин Г.Д. Реалии в языке и культуре / Г. Д. Томахин // ИЯШ. – 1997. – №3. – С.13-18.
5. Dr. Ron Schlesinger Es war einmal... Das Bilderbuch-Kino in der DDR [Electronic resource] // 07.10.2024. - URL: <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/content/blog/es-war-einmal-das-bilderbuch-kino-der-ddr> (accessed: 24.11.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТА В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ

А. Г. Кузьминых

Новосибирский государственный технический университет

г. Новосибирск; arinakuzminyh1@gmail.com

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст.преп.

В работе рассматриваются ключевые особенности перевода научно-технического текста в области медицины. Анализируются основные трудности, с которыми сталкивается переводчик.

This paper examines the key features of translating scientific and technical text in the field of medicine. It analyzes the main challenges faced by the translator.

Медицина играет огромную роль в обществе, так как тексты в данной области содержат информацию о здоровье человека, и они постоянно обновляются. Тексты могут быть предназначены для специалистов и для широкой аудитории. Медицина является актуальной темой в области науки и жизни человека, в связи с этим перевод данных текстов должен быть качественным. Важно быстро и качественно передать информацию. Изучение перевода научно-технического текста активно началось во второй половине XX века. Исследователи, такие как А.В. Федоров, В.Н. Комиссаров и Ю. Найда. В настоящее время история вопроса продолжает развиваться. Например, активно обсуждается роль систем автоматического и машинного перевода.

Объектом исследования является научно-технический текст в области медицины с исследовательского медицинского сайта.

Предметом исследования являются особенности перевода научно-технического текста в области медицины «The potential for large language models to transform cardiovascular medicine» с сайта «National Library of Medicine» (NLM) и её перевода на русский язык с сайта «Juvenis Scientia».

Целью работы является изучение особенностей перевода научно-технического текста в области медицины.

Научный текст представляет собой тип текста, который используется для передачи, распространения и обсуждения знаний в сфере науки. Данный текст обладает определёнными характеристиками, которые отличают его от других стилей текста. Данный текст имеет стиливые черты, описанные в работе [1]. К данным чертам относятся логичность, точность, обобщённость, сдержанность и безличная форма изложения. Следует выделить следующие особенности перевода научного текста в области медицины. К ним относятся использование определённых аббревиатур и терминов, особая структура предложения, наличие ложных друзей переводчика и синонимов, определённые различия в языках в области медицины, строение терминов, специфика научных текстов в области медицины [4].

В свою очередь, научно-технический текст - информационный текст, основная функция которого заключается в передаче сведений, информации и знаний. Принято считать, что характерными особенностями научно-технического стиля являются его информативность, логичность, точность, объективность, ясность и понятность. Необходимо подчеркнуть, что научно-техническая литература характеризуется жёсткими синтаксическими нормами, поскольку содержание научно-технического текста требует логичности изложения детальной передачи причинно-следственных отношений, большого количества придаточных предложений, причастных и деепричастных оборотов и т.п. В работе [3] предполагается несколько способов перевода, такие как заимствование, калькирование, дословный перевод и адаптация. Также, при переводе научно-технического текста выделяют несколько особенностей, такие как высокая терминологическая насыщенность, использование сложных синтаксических конструкций, точность, однозначность, аббревиатуры и сокращения [2]. Таким образом, основными особенностями перевода научно-технического текста в области медицины являются точность, объективность, логичность, структура текста, отсутствие эмоциональности, наличие терминологии и объёмных предложений [5].

Рассмотрим несколько примеров.

Таблица 1 – Примеры особенностей

Особенности	Оригинал	Перевод	Комментарий
Перевод терминологии	left ventricular ejection fraction	фракция выброса левого желудочка	перевод термина
Перевод аббревиатур	implantable cardioverter-defibrillator (ICD)	имплантируемый кардиовертер-дефибриллятор (ИКД)	аббревиатура адаптирована
Адаптация	self-supervised learning	самообучающаяся модель	адаптация термина
Заимствование	benchmark	бенчмарк	термин заимствован
Дословный перевод	The results are a game-changer in cardiology	Результаты являются менятелем игры в кардиологии	идиома game-changer – нечто, что меняет правила игры; прорыв в кардиологии

Целью данного исследования было изучение особенностей перевода научно-технического текста в области медицины. Были изучены основные теоретические аспекты. В ходе работы были выполнены следующие задачи. Было рассмотрены понятие научный текст и особенности научно-технического текста. Был проведён предпереводческий и сравнительный анализ текста. Были выявлены особенности научно-технического текста в области медицины и следующие переводческие трансформации, такие как дословный перевод, заимствование, адаптация и перевод аббревиатур и терминологии. Были выявлены некоторые переводческие трансформации по В. Н. Комиссарову. Чаше встречается конкретизация, адекватный перевод терминов и адаптация. Реже встречается дословный перевод и транслитерация. Таким образом, проведённое исследование подтвердило актуальность темы и позволило получить значимые результаты.

Литература:

1. Иваницкая Е. В. Трансформация научного стиля в условиях меняющейся коммуникативной среды. Особенности современной научной статьи // Язык и текст. 2016. Т. 3. № 2. С. 62-75
2. Меньшенина И. А. Лингвистические особенности научной медицинской статьи на английском языке. / И. А. Меньшенина // Ученые записки УО «ВГУ имени П. М. Машерова», 2022. – Т. 35. – С. 167–172.
3. Ширинян М. В., Шустова С. В. Трудности медицинского перевода и способы их преодоления при обучении студентов неязыковых вузов // Язык и культура. – 2018. - №43. – С. 295-316.
4. Осатаева А. Н. Основные проблемы перевода медицинских терминов // Наука, техника и образование. 2016. №24. С. 105-106.
5. Самойлов Д. В. «О переводе медицинского текста» / М.: «Практика», 2006.

**ПЕРЕВОД ИСТОРИЧЕСКОГО И МОРСКОГО ЖАРГОНА
КАК СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНОГО КОЛОРИТА
СРЕДЫ ПИРАТОВ
(НА МАТЕРИАЛЕ ФИЛЬМА «ПИРАТЫ КАРИБСКОГО МОРЯ»)**

А. А. Купенко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, arina.kupenko@bk.ru**

**Научный руководитель: Гричин С. В., д-р филол. наук, доцент,
профессор кафедры ИЯ ГФ**

В статье анализируется перевод исторического и морского жаргона в фильме «Пираты Карибского моря». Выявляются стратегии, позволяющие сохранить стилистику оригинала, передать культурно-временной колорит и адаптировать речь персонажей для русскоязычного зрителя.

This article analyzes the translation of historical and nautical jargon in the film "Pirates of the Caribbean." It identifies strategies for preserving the original's style, capturing the cultural and period flavor, and adapting character speech for Russian-speaking audiences.

Современный аудиовизуальный перевод сталкивается с задачей балансирования между точностью и художественной естественностью. Особенно сложным является перевод жаргонизированной речи — профессиональной и историко-обусловленной. В фильме о пиратах такие единицы не только обозначают реалии морской жизни, но и выполняют

стилистическую функцию: формируют образ эпохи, тип персонажа и создают особую атмосферу.

Цель настоящего исследования – выявление специфики перевода исторического и морского жаргона как способа репрезентации пиратской среды и определение наиболее продуктивных переводческих стратегий и приёмов.

Материалом исследования послужили реплики персонажей оригинальной версии фильма «Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl» и их перевод в официальном дубляже, выполненном Анной Ковалевой.

Жаргон как языковая подсистема формируется в замкнутых группах, выполняя идентифицирующую, кодирующую и экспрессивную функции. В историческом и морском жаргоне добавляется функция стилизации эпохи, что создает для переводчика комплексную задачу: необходимо передать не только лексику, но и культурный контекст, используя адаптацию, компенсацию и другие функциональные приемы [1].

Основные трудности перевода включают:

- отсутствие прямых эквивалентов для исторических реалий;
- сочетание технической точности и бытовой экспрессии в морской терминологии;
- ограничения аудиовизуального контекста (дубляж, субтитры);
- необходимость передачи социолингвистической маркировки персонажей [2].

Методика анализа основана на последовательном алгоритме:

1. Формирование корпуса (оригинал и перевод).
2. Выделение и классификация жаргонных единиц.
3. Функциональный анализ реплик в контексте сцены.
4. Сопоставление перевода с оригиналом с фиксацией переводческих приёмов.
5. Оценка адекватности по критериям: прагматический эффект, стилистическая функция и естественность в языке перевода.
6. Разработка альтернативных решений для случаев потери значимых элементов.

Данный алгоритм сочетает принципы функционального перевода с практикой аудиовизуальной локализации и направлен на сохранение «эффекта присутствия» в целевой культуре.

Для подтверждения теоретических положений о переводе жаргона проанализируем фрагменты сценария фильма «Пираты Карибского моря» и их перевод Анны Ковалёвой, где наиболее ярко проявляются

особенности передачи исторического и морского жаргона, а также культурного колорита пиратской среды.

(1) **Оригинал:** “Heave to and take in sail. Launch the boats.” [00:03:19]

Перевод: «Лечь в дрейф! Спустить паруса! Шлюпки на воду!» [00:03:19]

Характер: техническая морская команда; функция — организационная, регламент сцены с действиями экипажа.

Приём перевода: терминологическая адекватность и краткость (сохранён морской регистр).

Оценка: это удачный пример — перевод сочетает профессиональную терминологию с лаконичностью, необходимой для сцен с динамикой. «Лечь в дрейф» — устойчивая команда, «шлюпки на воду» — коротко и ясно; такой перевод сохраняет и техническую точность, и темп сцены.

(2) **Оригинал:** “I intend that any man who sails under a pirate flag or wears a pirate brand gets what he deserves. A short drop and a sudden stop.” [00:01:30]

Перевод: «И я приложу все силы к тому, чтобы всякий, кто носит пиратское клеймо, получил по заслугам. Разжился пеньковым галстуком.» [00:01:30]

Характер: угроза наказанием; «A short drop and a sudden stop» — эвфемистическое описание казни (виселицы: «короткий пад и внезапная остановка»).

Приём перевода: Переводчик использует адаптацию, заменяя дословный перевод национально окрашенным жаргонным аналогом. Оригинальная фраза звучит официально-угрожающе, тогда как русский вариант «разжился пеньковым галстуком» передаёт иронию через криминальный сленг, сохраняя ассоциации с повешением и пиратским юмором.

Оценка: Оригинальное выражение “A short drop and a sudden stop” — идиоматический эвфемизм казни через повешение, сочетающий рифму и лаконизм. Перевод «разжился пеньковым галстуком» также является эвфемизмом, основанным на русской уголовной фразеологии. Глагол «разжился» придаёт высказыванию цинично-саркастический тон, соответствующий речевому стилю персонажей.

(3) **Оригинал:** “It is my intention to commandeer one of these ships, pick up a crew in Tortuga, raid, pillage, plunder, and otherwise pilfer my weaselly black guts out.” [00:13:52]

Перевод: «Я намерен реквизи́ровать корабль, набрать людей на Тортуге. Чтобы вершить разбой на потребу моей чёрной душе.» [00:13:52]

Характер: колоритный пиратский монолог с юмором и самоуничижением; серия глаголов-перечислений усиливает комическое переборщение.

Приём перевода: Анна Ковалёва сохранила структуру и пиратский дух высказывания, но провела семантическую адаптацию: заменила ряд глаголов обобщающим «вершить разбой», а идиому “my weaselly black guts out” — выражением «на потребу моей чёрной душе». Отказ от буквальной физиологической метафоры в пользу нравственной характеристики («чёрная душа») представляет собой смысловую компенсацию: образ теряет конкретность, но сохраняет стилистическую окраску.

Оценка: Перевод стилистически адекватен и ритмически выверен: речь звучит живо и сохраняет юмор. Однако утрачены динамика перечисления и комическая гипербола оригинала. Смягчение образа до более литературного снижает экспрессию, но оправдано нормами русской речи и экранной условностью. Решение демонстрирует сбалансированный компромисс между точностью и художественностью.

Анализ перевода Анны Ковалёвой демонстрирует рациональный подход, сочетающий терминологическую точность в командах, архаизацию для стилизации и разговорные средства в диалогах. Это обеспечивает естественность речи, но иногда приводит к потере семантических нюансов и неудачным калькам.

На практике целесообразна гибкая стратегия: точная передача сюжетно-значимых реалий, использование функциональных аналогов для образных выражений и компенсация при неизбежных потерях. Дифференциация речевых регистров (архаичная речь аристократов, просторечие матросов) сохраняет социолингвистическую картину оригинала.

Таким образом, адекватность перевода достигается не буквализмом, а выбором стратегий, ориентированных на сохранение коммуникативного эффекта, атмосферы и речевой типизации персонажей.

Литература:

1. Гринько М. А. Происхождение и развитие англоязычной морской терминологии // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2025.
2. Каюмова Д. Ф., Бакирова М. Р. Приёмы перевода жаргона (сленга) в произведениях англоязычных авторов // Вестник Казанского федерального университета. — 2024.
3. Смирнов Н. Н. Перевод английского сленга на русский: исследование фильмов «Криминальное чтиво» и «Однажды в

Голливуде» // Научное издательство SciLead. — 2025. [Электронный ресурс]. - URL: <https://scilead.ru/article/8132-perevod-anglijskogo-sleng-na-russkij-issledo> (дата обращения: 12.11.2025).

4. Сценарий фильма Пираты Карибского моря: Проклятие «Чёрной жемчужины» в русском переводе [Электронный ресурс]. - URL: <https://cinematext.ru/movie/piraty-karibskogo-morja-prokljatie-chnoj-zhemchuzhiny-pirates-of-the-caribbean-the-curse-of-the-black-pearl-2003/?page=2> (дата обращения: 12.11.2025).

5. Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl — Original Script [Электронный ресурс]. - URL: http://www.script-orama.com/movie_scripts/p/pirates-of-the-caribbean-script-transcript.html (дата обращения: 12.11.2025).

КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА ЮМОРА (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Х.ФИЛДИНГ «ДНЕВНИК БРИДЖИТ ДЖОУНС»)

Е. Ю. Матлаш

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, liza.matlash@mail.ru

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Статья исследует культурные аспекты перевода юмора в романе Хелен Филдинг «Дневник Бриджит Джонс» и русском переводе М.А. Зориной. Анализируются трудности передачи языковой игры, культурных аллюзий и реалий. Показано, что наиболее результативны стратегии адаптации, компенсации и функциональной замены, позволяющие сохранить комизм и прагматику оригинала для русскоязычного читателя.

The article examines the cultural aspects of translating humor in Helen Fielding's Bridget Jones's Diary and its Russian translation by M.A. Zorina. It analyzes the challenges of conveying wordplay, cultural allusions, and realia. The study shows that the most effective strategies like adaptation, compensation, and functional substitution help preserve the comic effect and pragmatic impact of the original for Russian-speaking readers.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью межкультурной коммуникации и сложностью передачи комического в переводе. Юмор, будучи глубоко укорененным в национальной культуре, языковых нормах и прецедентных феноменах, представляет собой один из наиболее трудных для перевода элементов художественного текста. Неадекватная передача юмора ведет к искажению авторского замысла и обеднению восприятия произведения иноязычной аудиторией.

Цель статьи – выявить и проанализировать специфику культурных барьеров и наиболее эффективные стратегии перевода юмора на материале конкретного художественного произведения.

Методы исследования: сравнительно-сопоставительный анализ оригинала и перевода, лингвостилистический анализ, дискурс-анализ, метод классификации и систематизации.

Теоретической основой послужили работы таких ученых, как В.Н. Комиссаров (теория эквивалентности), С. Влахов и С. Флорин («непереводимое в переводе»), а также зарубежных исследователей С. Аттардо и Д. Киаро, изучающих лингвистику юмора.

В романе «Дневник Бриджит Джонс» юмор проявляется на нескольких уровнях: 1) ирония и самоирония главной героини; 2) культурные аллюзии (отсылки к фильмам о Джеймсе Бонде, роману «Гордость и предубеждение»); 3) языковая игра и гипербола в дневниковых записях.

Перевод юмора представляет собой сложный межкультурный процесс, в котором взаимодействуют языковые, когнитивные и культурные факторы. Юмор функционирует как культурный маркер и опирается на фоновые знания, прецедентные тексты и стереотипы, что неоднократно подчеркивалось в работах исследователей комического (С. Аттардо, Д. Киаро, Д. Делабастита и др.) [10; 12; 13]. На материале романа Х. Филдинг «Дневник Бриджит Джонс» и его русского перевода М. А. Зориной видно, что значительная часть комического эффекта создаётся через самоиронию героини, бытовые культурные реалии, отсылки к массовой культуре и языковую игру. Как отмечает В. Н. Комиссаров, переводчик неизбежно сталкивается с ситуациями неполной эквивалентности, особенно при передаче культурно обусловленных элементов [7].

С. Влахов и С. Флорин считают реалию ключевым источником переводческих трудностей, поскольку она «непереводима» в буквальном смысле и требует специальных стратегий передачи [1]. Иногда объяснение выносится в сноску или примечание, особенно когда речь идёт о культурной шутке или аллюзии, не известной целевой аудитории. С. Влахов и С. Флорин, рассматривая реалии и безэквивалентную лексику, допускали использование сносок для пояснения шуток, основанных на реалиях, хотя предупреждали, что чрезмерное увлечение примечаниями может нарушить целостность художественного текста. В академических или публицистических переводах комментариев приемлем, но в художественном переводе он разбивает чтение, поэтому используется экономно. В романе Филдинг подобные культурно маркированные единицы встречаются постоянно: традиционные

британские блюда, бытовые праздники, телевизионные шоу, литературные и кинематографические отсылки. Так, выражение “my mother’s annual turkey curry buffet” представляет собой реализацию типично британской практики использования остатков рождественской индейки. В переводе Зориной появляется вариант «новогодняя индейка», что отражает стратегию адаптации и генерализации: специфический элемент карри опускается, но сохраняется идея однообразия и комичности ситуации. Этот приём соответствует подходу, описанному Гаком, который видит в адаптации один из способов компенсации культурных различий [2]. Аллюзии занимают значительное место в построении комического в романе.

Отсылка к Мисс Манипенни в оригинале (“like Miss Moneypenny, falling in love with one’s boss”) сохраняется переводчицей через транслитерацию, что оправдано узнаваемостью персонажа в русской культуре. По А. В. Занадворовой, такая стратегия допустима, когда интертекстуальность воспринимается читателем без дополнительных пояснений. Она также отмечает, что передача комических элементов художественного текста требует от переводчика предельной гибкости и владения разнообразными приёмами, поскольку единых правил для всех случаев не существует [5].

Однако, сложнее случай с мистером Дарси: здесь М. А. Зорина добавляет сноску, что соответствует стратегии экспликации, позволяющей читателю уловить смысл иронии, хотя и нарушает художественную ткань текста. Экспликация как приём передачи аллюзий активно обсуждается в работах Д. Киаро и Д. Делабаститы [12; 13], которые отмечают её неизбежность при низкой степени культурной общности.

Ещё один важный источник комизма, который необходимо отметить – это языковая игра. Именно дневниковая форма романа создаёт эффект непосредственности: сокращения, разговорные конструкции, эмоционально окрашенные реплики. М. А. Зорина применяет функциональные аналоги, например заменяя “v.g.” на «оч.». Эта стратегия соответствует принципу функциональной эквивалентности, о которой пишет М. Бейкер [11].

Юмор гиперболы также требует компенсаторных решений. Перечисление вроде “I will not fall for emotionally unavailable men...” становится в русском более насыщенным («алкоголиков, трудоголиков, ветреных типов»), что усиливает экспрессию и эмоциональность. Компенсация как приём передачи утраченного комизма описана в трудах В. А. Разумовской [9].

Исследователи перевода юмора подчёркивают, что прагматическая функция комического должна оставаться приоритетной по сравнению с буквальной передачей формы. Это полностью подтверждается анализом перевода М. А. Зориной: в тех случаях, когда буквальная передача невозможна, переводчица стремится воспроизвести смеховой эффект или хотя бы его функциональный эквивалент. В ряде эпизодов русский текст даже становится более экспрессивным, что соответствует тезису П. С. Панченко о необходимости «перевоссоздания» юмора при межкультурной передаче [8]. На теоретическом уровне подобный подход согласуется с идеями Дж. Вандаэля и Д. Россен-Книлла о том, что юмор должен восприниматься как коммуникативное действие, ориентированное на отклик читателя.

Опытные переводчики, как правило, комбинируют приёмы: где возможно – сохраняют каламбур в аналогичной форме, где нет – адаптируют или компенсируют. Главная цель неизменна: постараться, чтобы читатель перевода засмеялся там, где задумал автор оригинала. Для этого переводчику нередко приходится проявлять себя не только как ремесленнику, но и как художнику, способному создавать шутки заново. Перевод юмора схож переводу поэзии, то есть необходимо быть готовым к жертвам и находкам во имя достижения коммуникативного эффекта.

Таким образом, анализ переводческих решений в романе «Дневник Бриджит Джонс» подтверждает, что наиболее эффективными стратегиями при передаче комического являются адаптация культурно специфических реалий, компенсация утраченных элементов юмора и функциональная замена непереводаемых языковых единиц. Эти стратегии позволяют сохранить прагматический эффект и общий смеховой потенциал текста, несмотря на культурные расхождения. Перевод М. А. Зориной демонстрирует гибкое сочетание теоретически обоснованных подходов и индивидуального творческого решения, что позволяет приблизить восприятие русского читателя к эффекту оригинального текста.

Литература:

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980. – 343 с.
2. Гак В. Г. Языковые преобразования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1998. – 768 с.
3. Гуреева А. А., Давыденко М. Е. Перевод юмора: принципы определения и специфика передачи // Homo Loquens: вопросы лингвистики и транслятологии. – 2021. – № 14. – С. 35–56.

4. Демидова Е. Г. Проблема перевода юмора с английского языка на русский // Молодой учёный. – 2021. – № 1. – С. 216–218.
5. Занадворова А. В. Проблема перевода юмора и средств комического в художественном тексте // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 361. – С. 35–41.
6. Иванова Л. П. Лингвокультурологические аспекты комического (к постановке проблемы) // Логический анализ языка: языковые механизмы комизма / под ред. Н. Д. Арутюнова. – М.: Индрик, 2007. – С. 560–569.
7. Комиссаров В.Н. Теория перевода: лингвистические аспекты. – М.: Высш. шк., 1990. – 250 с.
8. Панченко П. С. Трудности передачи русского юмора при переводе на русский язык // Шаг в науку. – 2022. – № 3. – С. 77–80.
9. Разумовская В. А. Симметрия художественных текстов и переводов. – М.: Язык и культура, 2010. – № 4. – 8 с.
10. Attardo S. Humorous Texts: A Semantic and Pragmatic Analysis. – Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2001. – 445 p.
11. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. – London; New York: Routledge, 2018. – 304 p.
12. Chiaro D. Translation, Humour and Literature: Translation and Humour. Vol. 1. – London: Bloomsbury, 2010. – 256 p.
13. Delabastita D. There's a Double Tongue: An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay, with Special Reference to Hamlet. – Amsterdam: Rodopi, 1993.
14. Rossen-Knill D., Henry R. The Pragmatics of Humor across Discourse Domains. – Amsterdam: John Benjamins, 1997. – 228 p.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МЕТАФОР В АНГЛИЙСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Е. В. Милованова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, myrka00715@msil.ru

Научный руководитель: Дмитриенко Е. В.

В данной статье рассматриваются особенности перевода метафор в художественном тексте. Анализируются функции метафоры, а также проводится лингвостилистический анализ и анализ трансформаций, используемых при их переводе.

This article examines the features of translating metaphors in literature texts. It analyzes the functions of metaphor, as well as provides a linguistic and stylistic analysis and an analysis of transformations used in their translation.

Художественный текст отличается высокой степенью образности, эмоциональности и индивидуальностью авторского стиля [1]. Прозаические тексты не только информируют и показывают ход событий, но и создают эмоциональную связь с читателями. Перевод таких текстов сложен и требует учета языковых и культурных особенностей. Одним из важнейших средств создания художественной выразительности и выражения авторского стиля является метафора, которая отражает особенности мировосприятия автора и позволяет передать атмосферу, психологические состояния и философские идеи. Художественная литература является объектом читательского интереса для людей всех возрастных групп, и перевод метафор важен для верного понимания текста читателем.

Актуальность исследования заключается в необходимости адекватной передачи метафорических конструкций при переводе с английского на русский язык. При переводе литературных произведений именно метафора часто становится одной из самых трудных для передачи, поскольку она тесно связана с культурным контекстом и индивидуальным почерком автора. В условиях активного культурного обмена и растущего интереса к англоязычной литературе, особенно к произведениям Стивена Кинга, проблема адекватной передачи метафорических выражений требует больше переводческой работы.

Цель исследования – выявить особенности перевода метафор в художественном тексте и определить наиболее эффективные переводческие стратегии.

Для достижения поставленной цели необходимо рассмотреть основные подходы к исследованию метафоры; изучить функции метафоры в художественной прозе; определить особенности перевода.

Художественный текст представляет собой форму языковой деятельности, где слово выполняет не только коммуникативную, но и эстетическую, познавательную и эмоционально-воздействующую функции. В.В. Виноградов подчёркивал, что художественное слово – это «язык, доведённый до высшей степени выразительности», где каждый элемент подчинён целостному замыслу автора [2]. В художественной речи, в отличие от обыденной, язык становится материалом для создания образа, а не просто средством передачи информации.

Эстетическая природа художественного текста проявляется в полноте содержания. В нём всегда присутствует выразительный, символический и культурные уровни. Художественное слово становится знаком

эмоционального опыта, выражением авторского мировоззрения. Оно не просто называет предмет или явление, но интерпретирует его, придавая ему дополнительный смысл, эмоциональную окраску и оценку. Как подчёркивает В.Н. Телия, в художественном тексте слово утрачивает свою чисто номинативную функцию и превращается в средство передачи субъективного, эстетически окрашенного восприятия мира [3].

Одним из главных механизмов этой эстетической природы становится метафора. В отличие от традиционного понимания её как тропа, метафора в художественном тексте выступает как способ моделирования мира, средство организации авторского мышления. Дж. Лакофф и М. Джонсон в своей концепции когнитивной метафоры показали, что метафора – не просто украшение речи, а форма познания, позволяющая человеку «понимать один тип опыта через другой» [4].

В художественной прозе метафора выполняет несколько функций одновременно. Она обеспечивает образность, создаёт эмоциональный фон, а также структурирует смысловое пространство произведения. Через метафору автор выражает чувства, идеи, формирует собственную картину мира. Эстетическая функция метафоры неразрывно связана с познавательной: образ, создаваемый метафорой, становится способом постижения сущности явлений, их скрытых взаимосвязей. Согласно Д.С. Лихачёву, искусство слова «открывает новые смыслы в привычных формах, заставляя видеть иное в обыденном» [5].

Особенность художественного текста состоит также в том, что каждая метафора включена в контекст индивидуального стиля автора и в систему культурных координат. В прозе Стивена Кинга, например, метафора часто приобретает символическую глубину: противопоставление «свет и тьма» создает устойчивые образы, формирующие философию его повествования. Тьма для С. Кинга — это не отсутствие света, это метафора для страха и неизвестности, безумия и хаоса, смерти и небытия. В то время как свет является добром и надеждой, жизнью и радостью. В художественном переводе метафора требует от переводчика не столько лексической точности, сколько интуитивного понимания авторского замысла и эмоциональной интонации текста. Существует расширенная система деления трансформаций, которую разработал и описал В.Н. Комиссаров. Трансформации перевода принято делить на три вида: 1) лексические; 2) грамматические; 3) лексико-грамматические. Также в отдельные группы выделяют лексико-семантические замены [6]. Так же ключевое место занимает адаптация, при которой исходная метафора заменяется на образ, укорененный в культуре языка перевода. Переводчик ищет

эквивалентную идиому, образ или культурный штамп, который вызовет у читателя ту же самую реакцию, что и оригинал у своего читателя.

В качестве материала для исследования был выбран роман Стивена Кинга «The green mile» и его перевод В.А. Вебера, Д.В. Вебера. В этой книге большое количество метафор, так как сюжет представляет собой сочетание реалистического повествования и философию. Даже в самом названии присутствует метафора: The green mile – символ последнего жизненного пути, ведущего к смерти.

Первым примером использования метафоры будет фраза «**The Green Mile was a long corridor of green linoleum, leading the prisoners to the death chamber**», которую перевели, используя прямой перевод с адаптацией: **«Зелёная миля – длинный коридор зелёного линолеума, ведущий заключённых в камеру смертников»**. В случае с данной метафорой прямое калькирование «Зеленая Миля была длинным коридором зеленого линолеума» оставило бы для русскоязычного читателя загадкой саму суть метафоры: почему путь к смерти назван «милей»? Метафора «Green Mile» как символ пути к смерти передана без потери эмоциональной окраски и визуальной выразительности.

Английская метафора «**Melinda's illness was like a dark worm eating its way through her**» переведена как **«Болезнь Мелинды была словно тёмный червь, разъедающий её изнутри»**. В переводе сохранён ключевой образ – «тёмный червь», который символизирует разрушительную, скрытую природу болезни. Он передаёт ощущение медленного внутреннего разложения, что важно для эмоционального восприятия сцены. Адаптация выражения «eating its way through her» как «разъедающий изнутри» позволяет усилить психологический и физический ужас болезни, сделав метафору более естественной для русского языка и сохранив мрачный тон оригинала. Данный прием был применен в связи с тем, что буквальный перевод – «поедающий свой путь сквозь неё» – являлся бы калькой, нарушающей нормы сочетаемости слов в русском языке.

Следующий пример перевода комбинирует пример модуляции и адаптации: «**Life in prison stretched endlessly, a river of monotony with no banks**» – здесь переводчики использовали прием модуляции. Модуляция в данном случае позволяет не просто передать информацию, но и усилить её эмоциональную окраску: **«Жизнь в тюрьме растягивалась бесконечно, словно река монотонности без берегов»**. При этом для обеспечения естественного звучания в русском языке был применен прием грамматической адаптации – введение сравнительного союза «словно», который отсутствует в оригинале, но встраивает развернутую метафору в синтаксис предложения. Ключевой элемент

метафоры «a river of monotony» передано как «река монотонности», что усиливает образ протяжённости и однообразия жизни заключённых. Финальная часть «без берегов» помогает создать ощущение безысходности и бесконечности, которое заложено в исходной метафоре.

Предложение «**Each prisoner lived in a smaller prison inside his own mind**» получило перевод «**Каждый заключённый жил в маленькой тюрьме внутри собственного разума**». В этой метафоре «внутренняя тюрьма» символизирует чувство вины, страх, воспоминания и психологические ограничения, которые держат человека сильнее любых решёток. При передаче этой метафоры важно было сохранить структуру английского образа – «prison inside the mind». Смысловая передача позволяет подчеркнуть двойное лишение свободы. физическую (реальная тюрьма) и эмоционально-психическую (тюрьма внутри человека). Таким образом сохраняется философская глубина оригинального образа.

Ярким примером лексико-грамматической трансформации является метафора: «**John Coffey had a presence that was felt by everyone**» и перевод «**Присутствие Джона Коффи ощущали все вокруг**». В английском оригинале используется конструкция had a presence that was felt by everyone – дословно «обладал присутствием, которое ощущали все». В русском языке такая структура звучала бы неестественно. Поэтому переводчик перестраивает предложение, превращая «presence that was felt» в «ощущали», что делает предложение простым.

Таким образом, перевод метафор в художественных текстах является не просто языковым преобразованием, а сложным процессом адаптации, направленным на сохранение культурной и эмоциональной целостности оригинала. Проведя анализ метафор из романа Стивена Kingа «Green Mile», мы можем сделать вывод о том, что адаптация является наиболее частым переводческим приемом при переводе.

Литература:

1. Виноградов В. В. О языке художественной литературы/Москва, Издательство «Гослитиздат», 1959. – 204 с.
2. Дж Лакофф, М. Джонсон Метафоры, которыми мы живём / Москва, Издательство «УРСС», 2004. – 9 с.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Лихачев Д. С. Исследования по древней и новой литературе/ - Ленинград, издательство «Наука», 1987. – 221 с
5. Рубцова С. П. Художественный текст как предмет понимания в лингвистике и философии/ Вестник «ВГУ», 2017. – 60 с.

6. Телия В. Н. Метафора в языке и тексте/ - Москва, Издательство «Наука», 1988. – 26 с.

**ПЕРЕВОД АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ
В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ПО ДИЗАЙНУ:
ПРИЕМЫ И СТРАТЕГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ
Д. НОРМАНА «ДИЗАЙН ПРИВЫЧНЫХ ВЕЩЕЙ»)**

А. А. Михайлова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, alya.mikhaylova.99@internet.ru**

**Научный руководитель: Гричин С. В., д-р филол. н., доцент,
профессор кафедры ИЯ ГФ**

В статье рассматриваются особенности перевода англоязычной терминологии в научно-популярной литературе по дизайну. Анализируется, какие приёмы и стратегии позволяют сохранить смысловую точность, когнитивную структуру и коммуникативную ясность терминов при адаптации для русскоязычного читателя.

This article examines the specifics of translating English-language terminology in popular science literature on design. It analyzes the techniques and strategies used to preserve the semantic precision, cognitive structure, and communicative clarity of terms when adapting them for Russian-speaking readers.

Современная переводческая практика сталкивается с задачей адекватной передачи англоязычной терминологии в гуманитарных и прикладных дисциплинах, включая дизайн. Актуальность темы обусловлена тем, что англоязычные научно-популярные тексты формируют профессиональный понятийный аппарат русскоязычной аудитории и влияют на становление отечественной школы дизайна. Перевод терминов в таких текстах требует сочетания точности, ясности и популяризаторской интонации.

Цель настоящего исследования – выявить приёмы и стратегии перевода англоязычной терминологии в научно-популярной литературе по дизайну на материале книги Д. Нормана “The Design of Everyday Things.”

Материал исследования – оригинальный текст книги Д. Нормана “The Design of Everyday Things” и её русский перевод, выполненный Б.А. Глушаком (2006).

Термин, согласно определению В. М. Лейчика, — это «слово или словосочетание, обозначающее специальное понятие науки или техники»

[3]. Терминология представляет собой систему взаимосвязанных понятий, а совокупность терминов определённой области образует терминосистему. В дизайне термины выполняют когнитивную и коммуникативную функции: они не только обозначают профессиональные концепты, но и структурируют мышление специалистов.

Научно-популярный дискурс характеризуется «двойной направленностью»: с одной стороны — стремление сохранить научную точность, с другой — доступность и выразительность. В текстах о дизайне это проявляется в балансе между теоретическим содержанием и практическими примерами. Автор должен сделать профессиональные понятия понятными неспециалисту, а переводчик — сохранить этот баланс [2].

В переводе выделяются четыре основных стратегии перевода терминов:

1. Эквивалентный перевод — использование устоявшегося русского термина (*feedback* → *обратная связь*).

2. Заимствование — перенос термина без изменения формы (*affordance* → *аффорданс*).

3. Калькирование — буквальный перевод структуры (*user-centered design* → *дизайн, ориентированный на пользователя*).

4. Описательный перевод — развернутое объяснение значения при отсутствии прямого аналога (*discoverability* → *способность понять, что можно сделать с объектом*) [1].

Типичные трудности перевода дизайнерской терминологии связаны с отсутствием унифицированных эквивалентов, высокой степенью англоцентризма терминов и различиями когнитивных моделей. Например, понятие *affordance*, введённое Дж. Гибсоном, имеет междисциплинарный характер и не имеет точного аналога в русском языке [5].

Успешный перевод терминов требует проведения когнитивного моделирования, то есть реконструкции того, как носители языка концептуализируют предметную область.

В области дизайна переводчик должен учитывать не только лингвистическую форму, но и дизайнерскую философию, стоящую за терминами.

Книга “The Design of Everyday Things” является классическим примером научно-популярного текста, в котором автор сочетает инженерную точность с доступным повествованием. Перевод Б. Глушака в целом сохраняет авторскую структуру и стиль, однако демонстрирует разнообразие стратегий передачи терминов.

Так, термин *feedback* последовательно передаётся как «обратная связь». В оригинале: “*Feedback is critical to successful interaction*”; в переводе: «Обратная связь крайне важна для успешного взаимодействия». Это пример эквивалентного перевода, при котором термин полностью освоен в русской профессиональной лексике. Перевод сохраняет точность и понятность без необходимости пояснения.

Более сложным является термин *affordance*. Оригинал: “*Affordances provide strong clues to the operations of things*”. В переводе: «Аффордансы дают ясные подсказки к тому, как действуют вещи». Здесь используется заимствование с адаптацией к русской морфологии. Однако дальнейшее употребление без пояснений может вызывать затруднения у читателя. В идеале при первом упоминании следовало бы добавить пояснение: «аффорданс (воспринимаемая возможность действия)».

Термин *mapping* (соотнесение между действиями и результатами) демонстрирует смешанную стратегию. “*Good mapping between controls and results reduces the need for labels*” переведено как «Хорошее соответствие между элементами управления и результатами уменьшает потребность в пояснениях». Переводчик выбрал описательный вариант, что делает фразу более понятной неспециалисту, но нивелирует специфический дизайнерский оттенок понятия *mapping*.

Термин *constraint* («ограничение») переведён адекватно, например: “*Constraints simplify the problem of figuring out what actions are possible*” → «Ограничения упрощают задачу понимания возможных действий». Здесь наблюдается точное семантическое совпадение и сохранение функциональной роли термина в тексте.

Интересен также пример перевода метафоричного высказывания: “*The design of everyday things is the design of our lives*” → «Дизайн привычных вещей — это дизайн нашей жизни». Сохраняется образная структура и ритм, что подтверждает коммуникативную компетенцию переводчика.

В целом можно выделить три преобладающие стратегии:

- эквивалентность для терминов, закреплённых в практике (*feedback*, *constraint*);
- заимствование с адаптацией (*affordance*);
- описательный перевод для когнитивно сложных понятий (*discoverability*, *mapping*).

Наибольшие трудности связаны с переводом терминов, имеющих междисциплинарный характер. Их значение формируется не столько лексически, сколько концептуально, поэтому переводчик вынужден искать компромисс между точностью и ясностью. Кроме того, отмечается непоследовательность терминологической передачи: в

некоторых местах используются кальки (*user-centered design* → *дизайн, ориентированный на пользователя*), а в других — заимствования без пояснения, что создаёт риск семантической неоднородности.

Перевод англоязычной терминологии в научно-популярной литературе по дизайну требует сочетания когнитивной точности и адаптационной гибкости. Анализ перевода книги Д. Нормана показал, что эффективный подход заключается в комбинировании стратегий — эквивалентности, заимствования и описательного перевода — в зависимости от степени освоенности термина и ожидаемой аудитории.

Сохранение единства терминологической системы, пояснение новых понятий при первом употреблении и поддержание авторского стиля способствуют успешному восприятию текста русскоязычным читателем. Научно-популярный перевод по дизайну выполняет не только информационную, но и когнитивно-просветительскую функцию, формируя у аудитории основы дизайнерского мышления.

Литература:

1. Казаков А. В. Способы перевода терминов графического дизайна с английского языка на русский язык/ А. В. Казаков // ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров. 2023. – 4 с.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учебное пособие / В. Н. Комиссаров. – М.: ЭТС, 2001. – 424 с.
3. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура [Электронный ресурс]. – URL: https://lib.ysu.am/disciplines_bk/e4a35be6bde6b3d94c75a6f88f7aac5f.pdfhttps://lib.ysu.am/disciplines_bk/e4a35be6bde6b3d94c75a6f88f7aac5f.pdf (дата обращения: 11.11.2025).
4. Норман Д. А. Дизайн привычных вещей: пер. с англ. / Д. А. Норман; пер. Б. А. Глушака. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. — 364 с.
5. Baker. M. In Other Words: A Coursebook on Translation (3rd ed.) / M. Baker. – Routledge, London. 1992. – 324 с.
6. Norman D. A. The Design of Everyday Things/ D. A. Norman. — 2002. — Preface to the 2002 edition by Donald A. Norman, 2002. — 270 с.

ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА

Я. Д. Наумкина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, yananauumkina6@gmail.com

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст. преп.

В статье рассматриваются лингвистические и экстралингвистические особенности перевода англоязычного научно-популярного текста по физике. Автор анализирует переводческие решения, способствующие достижению адекватности перевода.

The article examines the linguistic and extralinguistic features of translating an English popular science text on physics. The author analyzes translation strategies used to achieve an adequate translation.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим объемом международной научно-популярной литературы и необходимостью разработки эффективных стратегий ее перевода. Анализ переводческих решений, применяемых к труду одного из самых известных популяризаторов науки, позволяет выявить практические механизмы адаптации сложного содержания для иноязычной аудитории.

Объектом выступает научно-популярный текст в области теоретической физики.

Предметом исследования являются переводческие трансформации, использованные в переводе научно-популярного текста.

Цель работы состоит в том, чтобы провести анализ переводческих решений и выявить частотность употребления переводческих трансформаций, применяемых при переводе научно-популярных текстов.

Используемые методы и приемы исследования, состоят из сопоставительного, типологического и дискурсивного анализов.

Проблема исследования заключается в необходимости преодоления комплекса лингвистических и культурологических трудностей при переводе научно-популярных текстов по теоретической физике. Это требует от переводчика не только использование переводческих трансформаций, но и глубокого понимания абстрактных научных теорий, а также умения сохранить уникальный авторский стиль, сочетающий научную строгость с образностью и доступностью.

Теоретико-методологическую основу работы составили труды ведущих отечественных и зарубежных ученых. В области переводоведения были использованы идеи И. С. Алексеевой, В. Н. Комиссарова, Л. С. Бархударова, Л. К. Латышева, Юджина Найды. Что

касается проблематики научно-популярного дискурса, в основу анализа положены разработки О. И. Таюповой, М. А. Заниной, Ю. Г. Кибакова.

В рамках данного исследования также учитываются современные работы, посвященные переводу специальной лексики, атрибутивных сочетаний и многозначных слов в научно-популярных текстах. В частности, анализ способов перевода терминологии позволяет выделить частотные переводческие трансформации, такие как калькирование, транскрипция и описательный перевод, а также подтверждает необходимость учета норм сочетаемости и контекста [2]. В области перевода атрибутивных сочетаний подчеркивается важность преобразований – генерализации, конкретизации и модуляции для достижения естественности и ясности текста [4]. Что касается многозначных слов, то имеющееся исследование рассматривает трудности, вызванные полисемантичностью, и предлагает стратегии, основанные на контекстуальном анализе и использовании словарей, способствующие повышению точности и адекватности перевода [8].

Проанализировав перевод А. Г. Сергеева «Мир в ореховой скорлупке», мы выделили несколько наиболее частотных переводческих трансформаций, которые применяются при переводе научно-популярного текста [11]:

Таблица 1 – Переводческие трансформации, применяемые при переводе научно-популярного текста

Оригинал	Перевод	Комментарий
The Universe in a Nutshell	Мир в ореховой скорлупке	Калькирование. Сохраняется ключевая образная метафора-идиома, лежащая в основе оригинального названия.
imaginary time	мнимое время	Калькирование. Позволяет точно передать устоявшееся научное понятие, сохранив его терминологическую точность.
string theory	теория струн	Калькирование. Данный подход позволяет точно

		воспроизвести структуру английского научного понятия, используя устоявшийся и понятный русскоязычному читателю эквивалент.
general relativity	общая теория относительности	Калькирование и добавление. Использование сразу двух методов позволяет сохранить смысловую полноту в соответствии с устоявшимся научным названием.
Because gravity <i>is attractive</i> , matter always warps spacetime so that light rays bend toward each other.	Поскольку гравитация <i>вызывает притяжение</i> , вещество всегда искривляет пространство-время так, что лучи света изгибаются один к другому.	Модуляция (смысловое развитие). Заменяется статичная характеристика « <i>является притягивающей</i> » на активное действие « <i>вызывает притяжение</i> ».
The large ball in the center represents a massive body <i>such as</i> a star.	Большой шар в центре представляет массивное тело, <i>например</i> звезду.	Грамматическая замена. Конструкция с « <i>such as</i> » заменена на вводное слово « <i>например</i> », что делает фразу более естественной и адаптирует синтаксическую конструкцию под нормы русского языка.

Similarly, the orbits of electrons in atoms would not be stable, so matter as we know it would not exist.	Аналогичным образом были бы нестабильны орбиты электронов в атомах и привычное нам вещество не могло бы существовать.	Синтаксическая трансформация. Сложноподчинённая конструкция оригинала преобразована в сложносочинённое предложение. Это придаёт высказыванию динамику и сохраняет причинно-следственную связь, соответствуя стилю научно-популярного текста.

Проведенное исследование позволило выявить и систематизировать основные лингвостилистические особенности научно-популярного текста по физике, а также доказать, что основным инструментом переводчика для преодоления лингвистических и концептуальных барьеров является комплексное применение переводческих трансформаций. Наиболее частотными оказались грамматические трансформации (грамматическая замена, синтаксическая трансформация) и лексические (калькирование, добавление, модуляция).

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования. – 6-е изд., стер. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – С. 368.
2. Алипичев А. Ю., Порческу Г. В., Сергеева Н. А. Специальная лексика в научно-популярном тексте и ее перевод // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2 (113). С. 7–19.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 2008. – С. 240.
4. Горжая А. А., Богданов Л. А. Специфика и способы перевода атрибутивных сочетаний на материале текстов научно-популярной тематики // Sciences of Europe. 2021. № 82. С. 47–50.
5. Занина М. А. Метафоризация в научно-популярном дискурсе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9: Филология. Востоковедение. Журналистика. – СПб., 2012. – Вып. 3. – С. 72-77.

6. Кибакowa Ю. Г. Лингвостилистические особенности научно-популярных текстов на английском языке // Огарёв-Online. – 2021. – С. 6.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – С. 253.
8. Косолапова Т. В. Трудности обучения переводу английских многозначных слов (на примере научно-популярных текстов) // Поволжский педагогический вестник. 2022. Т. 10, № 2(35). С. 69–74.
9. Латышев Л. К. Технология перевода: Учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. / Лев Константинович Латышев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 320 с.
10. Таюпова О. И. Языковой код в научно-популярном тексте. // Сборник научных трудов по филологии. – 2012. – С. 1812-1815.
11. Хокинг С. Мир в ореховой скорлупке / С. Хокинг; пер. с англ. А. Г. Сергеева; изд. подгот. при поддержке фонда Дмитрия Зимина «Династия». – Санкт-Петербург: Амфора: ТИД Амфора, 2007. – 311 с.
12. Hawking S. The Universe in a Nutshell. – New York: Bantam Books, 2001. – 216 p.
13. Nida E. Toward a Science of Translating. – Leiden: E. J. Brill, 1964. – 331 p.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Б. А. Нечипорук

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, somethingbadevryday@gmail.com

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст.преп.

В статье представлены особенности перевода научно-популярных текстов психологической тематики. В статье анализируются трудности перевода и рассматриваются лингвистические и экстралингвистические особенности передачи психологической терминологии.

The article presents the peculiarities of translating popular science texts on psychological topics. Using the material from R. Leahy's book "The Worry Cure," it analyzes translation challenges and offers practical recommendations. The novelty of the work lies in its comprehensive approach to translation as a cognitive and communicative process that considers linguistic, cultural, and psychological aspects.

Современная эпоха характеризуется ростом межкультурной коммуникации и повышением интереса к психологической литературе. Научно-популярные тексты по психологии занимают промежуточное

положение между академической наукой и публицистикой, что создает особые трудности для перевода [4]. Они сочетают научную терминологию с эмоционально-экспрессивным изложением, метафорами и обращением к читателю [6].

Актуальность настоящего исследования определяется необходимостью комплексного изучения особенностей перевода научно-популярных текстов психологической тематики, выявления лингвистических, культурных и когнитивных факторов, влияющих на качество перевода.

Объектом исследования является научно-популярный текст в области психологии.

Предметом исследования – лингвистические и переводческие особенности передачи психологической терминологии, метафор, идиоматики и культурно-специфических элементов.

Цель исследования заключается в комплексном анализе теоретических и практических аспектов перевода научно-популярных текстов психологической направленности, выявлении трудностей и определении эффективных стратегий их преодоления.

Материалом исследования послужила книга Р. Лихи «The Worry Cure» и ее русскоязычный перевод «Лекарство от нервов».

Методы исследования включают описательный, сравнительно-сопоставительный, структурно-семантический и прагматический анализ, а также метод контекстуального анализа и функциональный подход к переводу. Такой комплекс методов позволяет рассмотреть перевод не только как языковое преобразование, но и как когнитивно-коммуникативный процесс [3].

Научно-популярный текст в психологии представляет собой гибридный дискурс, в котором сочетаются элементы научного и публицистического стилей [4]. Для него характерно использование терминов (например, *anxiety*, *cognitive distortion*, *resilience*) наряду с разговорными конструкциями, метафорами (*emotional baggage*, *train your brain*) и риторическими приемами. Это требует от переводчика не только лингвистической компетенции, но и понимания психологических концепций и культурных особенностей.

Анализ перевода книги Р. Лихи показал, что для адекватной передачи содержания и тона оригинала применяются следующие стратегии:

1. Функциональный эквивалент для терминов: например, «*worry habit*» переведено как «привычка тревожиться» (вместо буквального «тревожная привычка») [5].

2. Культурная адаптация: реалии, специфичные для англоязычной культуры, заменяются универсальными понятиями. Выражение «*you*

worry about losing your job or mortgage» адаптировано как «вы беспокоитесь о работе или деньгах» [2].

3. Динамический перевод метафор: «face your fears» переведено как «посмотрите страху в лицо», «let go of control» – «научитесь доверять ситуации» [7].

4. Эмпатическая медиация: сохранение доверительного тона, например, через использование мягких побуждений («попробуйте», «давайте») вместо директивных высказываний [3].

Одной из главных трудностей перевода является передача терминов, обозначающих эмоциональные состояния (guilt, shame, frustration), которые имеют культурно обусловленные и смысловые границы, не всегда совпадающие в английском и русском язык [1]. В таких случаях рекомендуется контекстуальная дифференциация. Например, «guilt» может переводиться как «чувство вины», но с учетом того, что в английском языке это понятие часто связано с социальной ответственностью, а в русском – с внутренним переживанием [1].

Также сложность представляет перевод идиоматических выражений и метафор, выполняющих когнитивную функцию. Буквальный перевод может привести к неестественности, поэтому предпочтителен динамический эквивалент, сохраняющий прагматический эффект [7]. Например, «challenge your thoughts» переведено как «поставьте под сомнение свои мысли», что передает идею когнитивного пересмотра [2].

Перевод научно-популярных текстов по психологии – это сложный когнитивно-коммуникативный процесс, требующий от переводчика сочетания лингвистических, культурных и психологических компетенций [3]. Успешный перевод достигается при использовании стратегий функциональной эквивалентности, культурной адаптации и эмпатической медиации. Анализ перевода книги Р. Лихи подтвердил эффективность такого подхода, который позволяет сохранить научную достоверность, эмоциональную тональность и терапевтический эффект оригинала. Полученные результаты могут быть использованы в практике перевода, обучении переводчиков и при создании русскоязычных версий современных психологических произведений.

Литература:

1. Bakh H. Issues in the Translation Equivalence of Basic Emotion Terms. – Research in Language, 2023. – Vol. 21, № 1. – P. 15–32
2. Exploring Popular Science Translation Strategies from the ... – International Journal of Mathematics and Systems Science, 2022. - Vol. 5, № 1. – P. 45–50.

3. Hubscher-Davidson S. The Psychology of Translation: An Interdisciplinary Approach. – London: Routledge, 2022. – 214 p.
4. Īlĩnska L., Ivanova O., Smirnova T. Relevance-Based Approach to Translation of Contemporary Popular Science Texts - Vertimo studijos, 2019. – Vol. 12. – P. 36–50
5. Kovalska N. Translation Peculiarities of Psychological Terminology - Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія, 2024. – Випуск 4(14). – P. 53–57.
6. Liao M.-H. The Translation of Interaction in the Genre of Popular Science: The Case of Scientific American - UCREL Working Papers in Translation Studies, 2007.
7. Shen L. On Translation of Psychological Terminology - Open Journal of Social Sciences, 2022. – Vol. 10, № 3. – P. 315–323.

СПОСОБЫ АДАПТАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЮМОРА И ИРОНИИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В СУБТИТРАХ

К. С. Подусова, Г. В. Золовкина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, kpodusova39@gmail.com

Научный руководитель: Золовкина Г. В., ст. преп.

Статья анализирует лингвистические и прагматические особенности перевода реплик боевика в русских субтитрах к фильмам «Джон Уик», рассматривая стратегии сохранения динамики, эмоций и характера персонажей в условиях ограничений субтитрования.

The article analyses the linguistic and pragmatic features of the translation of dialogue from the action film John Wick into Russian subtitles, examining strategies for preserving the dynamics, emotions and character of the characters within the constraints of subtitling.

Боевой экшн как жанр обладает специфическими чертами, которые напрямую влияют на перевод: быстрый темп повествования, высокая плотность действий, частая смена кадров, короткие реплики, насыщенность коннотациями и культурными аллюзиями. Основная функция диалога в боевике – не информировать, а подчеркивать динамику, напряжённость, харизму персонажа и ритм сцены. Поэтому переводчик действует в условиях двойного давления: аудиовизуальные ограничения требуют лаконичности, а жанровая специфика – выразительности и точности.

Актуальность темы определяется широким распространением жанра боевик в массовой культуре и высокой востребованностью его локализации в России. При переводе боевиков зритель ожидает одновременно достоверности, выразительности и динамичного ритма, поэтому переводчик должен адаптировать реплики таким образом, чтобы сохранить лаконичность и характер персонажей, при этом не нарушая темпа сцены.

Объектом исследования являются диалоги, содержащие элементы юмора и иронии, в оригинальной английской звуковой дорожке фильма «Джон Уик» и их соответствия в русскоязычных субтитрах.

Предмет исследования – конкретные переводческие приемы и стратегии, используемые для адаптации юмора и иронии с английского языка на русский в условиях ограничений, накладываемых форматом субтитров.

Цель статьи – выявить особенности и трудности перевода реплик жанра боевик на материале фильмов «Джон Уик ч1/ч2/ч3» и определить наиболее эффективные переводческие трансформации для обеспечения адекватности перевода.

Для достижения цели нам было необходимо рассмотреть жанровые характеристики боевика, определить теоретические основы аудиовизуального и субтитрового перевода, проанализировать особенности перевода иронии, лаконичных реплик и экспрессивных выражений в условиях экшн-сцены, изучить стратегии передачи стилистики и прагматики исходных реплик.

Жанр боевик формируется в рамках массовой культуры XX века и ориентирован на динамику, напряжение, визуальное воздействие и лаконизм диалога. Аудиовизуальный текст жанра боевик характеризуется высокой плотностью невербальных знаков, а речь действует вспомогательно, подчеркивая ритм и характер сцены. Это отличает боевик от, например, драматических жанров, где диалог несёт большую смысловую нагрузку.

В теории аудиовизуального перевода Дж. Диас Синтас подчёркивает, что реплики в экшн-сценах должны переводиться максимально кратко – зритель не должен отвлекаться от визуального ряда [7]. Следовательно, ключевой задачей переводчика является сохранение функциональности текста: эмоционального напряжения, ритма, характера персонажа.

Как показывают исследования Л. Бархударова [1] и В. Н. Комиссарова [2], адекватность перевода достигается не через буквальную передачу формы, а через сохранение прагматического эффекта. В субтитрах это особенно важно, поскольку переводчик работает в условиях ограничения

длины строки (не более 37–42 символов), ограничения времени показа (3–6 секунд), необходимости синхронизации с кадром и ритмом монтажа.

По мнению И. Чиаро, переводчики экшн-жанра вынуждены применять компрессию и функциональное замещение, чтобы сохранить смысл и динамику [6].

Ниже представлены восемь реплик из фильма «Джон Уик», демонстрирующие типичные трудности перевода в боевике: лаконизм реплики, ирония, экспрессивность, ритмическая функция, культурная значимость.

1. Ироничное ультимативное высказывание

EN: “So I guess you have a choice. You want a war? Or do you wanna just give me a gun?” [4]

RU: «Так, значит, у тебя есть выбор. Ты хочешь войну? Или просто дашь мне пистолет?»

Перевод выдерживает иронию и тон угрозы, применяя смысловое развитие. Русский вариант компактнее, что важно для субтитров.

2. Характерологическое представление героя

EN: “John Wick. The man. The myth. The legend. You’re not very good at retiring.” [4]

RU: «Джон Уик. Человек. Миф. Легенда. Ты не очень-то хорош в том, чтобы уходить на покой.»

Перевод сохраняет ритмическую структуру, основанную на трёхкратном повторе. Трансформация минимальна, акцент на эпичность образа героя.

3. Лаконичная мотивация, построенная на «подтексте»

EN: “He shot my dog.” – “I get it.” [5]

RU: «Он застрелил мою собаку.» – «Понимаю.»

Лаконичность и эмоциональная ёмкость реплики сохранены. Применено калькирование, поскольку русский эквивалент полностью передаёт смысл.

4. Диалог, построенный на параллелизме

EN: “You have no idea what he wants.” – “Do you?” – “No.” [5]

RU: «Ты понятия не имеешь, чего он хочет.» – «А ты?» – «Нет.»

Основная цель – сохранить ритмическую структуру из трёх коротких реплик. Сжатие минимальное, что соответствует требованиям жанра.

5. Экспрессивность через гиперболу

EN: “I once saw him kill three men in a bar... with a pencil. With a f**king pencil.” [3]

RU: «Я видел, как он убил троих в баре... карандашом. Чёртовым карандашом.»

Здесь важна передача шокирующего и комического эффекта. Применена экспрессивная лексика, усиливающая эмоциональное воздействие.

6. Высокий стиль, метафоричность

EN: “You stabbed the Devil in the back. To him this isn’t vengeance – it’s justice.” [4]

RU: «Ты ударил Дьявола в спину. Для него это не месть – это справедливость.»

Перевод передаёт библейский образ и торжественный стиль. Использовано калькирование, полностью соответствующее высоким регистрам оригинала.

7. Фирменный речевой маркер героя

EN: “Uh-huh.” [3]

RU: «Ага.»

Задача – сохранить характерную лаконичность Джон Уика. Минимальный, но эффектный перевод.

8. Морализаторская реплика

EN: “Rules... without them, we’d live with the animals.” [4]

RU: «Правила... без них мы жили бы как звери.»

Сохранён афористичный характер выражения. Перевод использует лексическую адаптацию, усиленную смысловой ясностью.

Анализ примеров показывает, что перевод реплик жанра боевик требует применения следующих основных стратегий: компрессия – из-за ограничений субтитров; смысловое развитие – для усиления эмоционального эффекта; калькирование – там, где форма оригинала значима; функциональное замещение – при передаче экспрессивных форм; сохранение ритмики реплик – особенно важной в экшн-сценах; учет характерологических особенностей персонажа.

Переводчик боевиков должен не просто передать текст, но и сохранить кинематографический ритм, атмосферу напряжения, сухой юмор и лаконизм оригинала. Эмоциональная и прагматическая адекватность в данном жанре имеет первостепенное значение, поскольку зритель воспринимает субтитры параллельно с динамичным визуальным рядом.

Литература:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.

2. «Джон Уик» (2014) [Электронный ресурс] // inoriginal.net. - URL: <https://inoriginal.net/films/460-john-wick-2014.html> (дата обращения: 17.11.2025).

3. «Джон Уик 2» (2017) [электронный ресурс] // Кинопоиск. - URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/885658/> (дата обращения: 17.11.2025).
4. «Джон Уик 3» (2019) [электронный ресурс] // Кинопоиск. - URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/1009536/> (дата обращения: 17.11.2025).
5. Комиссаров В.Н. Теория перевода [Текст] / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
6. Chiaro D. Translation, Humour and The Media. London: Continuum, 2010. 259 с
7. Cintas J.D. Audiovisual Translation in the Third Millennium [Текст] / J.D. Cintas // Translation today, Trends and perspectives. – Multilingual matters, 2003. – pp. 192-205.

СПЕЦИФИКА ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЯ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ЮРИДИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ, ВЫПОЛНЕННОГО С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

И. А. Пожидаева, О. Г. Шевченко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, iriparoj2611@gmail.com**

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к. филос. н., доцент

Статья рассматривает особенности перевода юридических текстов с помощью ИИ. Автор выделяет характерные ошибки перевода и приходит к выводу о необходимости разработки специальных стратегий постредактирования.

This article deals with the specifics of post-editing legal translations performed by artificial intelligence. It identifies typical AI errors and highlights the need to develop specialized editing strategies to achieve quality comparable to human translation.

В настоящее время с активным развитием технологий область переводческой деятельности подвергается значительным преобразованиям: происходит повсеместная цифровизация. Так, профессиональные переводчики уже много лет используют в своей деятельности цифровые решения с различными инструментами САТ (computer-aided translation). Однако в последнее время искусственный интеллект всё активнее внедряется в область перевода. Он обеспечивает быструю, объемную, точную и качественную обработку текстов. Программное обеспечение для перевода, основанное на ИИ и машинном обучении, способно к самокоррекции, что способствует улучшению качества переводов [1].

Особый интерес представляет использование искусственного интеллекта в юридическом переводе. Юридический перевод – один из видов специального перевода, имеющего своим объектом передачу средствами другого языка разнообразных письменных и устных юридических текстов [2]. Возникает вопрос, насколько искусственный интеллект при переводе способен сохранить стилистические особенности юридических текстов, удовлетворить требованиям исключительной точности передачи информации, отсутствия двусмысленности – и на какие моменты стоит обратить особое внимание при постредактировании.

В работе были рассмотрены особенности постредактирования перевода юридических договоров, выполненных с помощью ИИ, в сфере международного научного сотрудничества (область: международное частное право). В условиях глобализации увеличивается количество областей научной кооперации, а поэтому всё таким же востребованным остаётся перевод договоров, которые устанавливают и регламентируют исследовательские отношения сторон. С необходимостью выполнения перевода, причём, сталкиваются не только переводчики и юристы, но и другие специалисты: например, научные работники. В связи с чем представляется **актуальным** выявить наиболее частотные проблемы перевода и предложить варианты их решений, а также разработать стратегии постредактирования переводов, выполненных с помощью искусственного интеллекта, учитывая его растущее влияние на область переводческой деятельности.

Материалом исследования послужили договоры между Институтом ядерной физики им. Будкера СО РАН и Европейской организацией ядерных исследований (ЦЕРН) периода 1990-2010-х годов, составленные на английском языке, их юридически заверенный перевод на русский язык, а также большая языковая модель DeepSeek. Основным **методом** исследования – сравнительный анализ.

Исследование предполагает анализ лингвистических особенностей юридических текстов (среди которых, например, выделяются высокая степень использования клишированных конструкций, терминологичность, императивность и т.д.), а затем сопоставление человеческого и нейронного переводов серии договоров, на основе чего делается вывод о качестве результатов в обоих случаях.

При оценке качества выполненного перевода были учтены следующие критерии:

- На уровне лексики: использование определённых лексических единиц, характерных для юридической сферы, юридическая и отраслевая терминология;

- На уровне грамматики: соответствие языковому узусу (отсутствие языковых ошибок), правильное членение предложения;
- На уровне стилистики: сохранение официального стиля юридического документа; императивность, точность, объективность и стандартизированность.

В качестве примера анализа нейронного перевода рассмотрим Таблицы 1-2, где показано, как искусственный интеллект справляется с переводом разных фрагментов документов.

Оригинал: To facilitate co-operation between the Parties, CERN shall create a Fund, henceforth called Russian Fund LHC I (RF-LHC I). The Fund shall have a value equivalent to one third of the value of the goods delivered to CERN by the Russian organizations in accordance with Article 3.1 above.

Таблица 1 – Сравнение переводов

Человек	Искусственный интеллект
2. В целях содействия сотрудничеству между Сторонами ЦЕРН создает фонд, именуемый в дальнейшем "Российский фонд БАК-1" (РФ БАК-1). Объем фонда равен одной трети стоимости поставляемого российскими организациями в ЦЕРН оборудования в соответствии с пунктом 1 настоящей Статьи: [3]	2. Для содействия сотрудничеству между Сторонами ЦЕРН создает Фонд, в дальнейшем именуемый Российский фонд LHC I (RF-LHC I). Стоимость Фонда должна быть эквивалентна одной трети стоимости товаров, поставленных в ЦЕРН российскими организациями в соответствии со статьей 3.1 выше.

Данный пример показывает некоторые слабости перевода ИИ. Большинство аббревиатур при нейронном переводе остаются в исходном виде, что требует дополнительного перевода. Многие конструкции переводятся калькированием («Стоимость Фонда должна быть эквивалентна...»). При этом, например, характерный для юридического дискурса модальный глагол *shall* переведён как «должна» — однако в данном случае он не выражает «обязанность, абсолютное обязательство или категорический запрет, которые должны быть неукоснительно исполнены» [2], и в данном контексте его следует переводить настоящим временем (при переводе настоящим временем «глагол *shall* обычно передает обязательства, декларируемые сторонами в каком-либо документе. Действие, выраженное глаголом, также имеет оттенок долженствования, но оно не является категоричным и скорее служит для констатации фактов, событий, взаимных обязательств» [там же]).

Перевод человека получился более удачным, с использованием клише («в целях содействия сотрудничеству...»), верным переводом аббревиатур («БАК» для Большого адронного коллайдера), необходимыми перестройками («Объем фонда равен...»), конкретизацией («оборудование» для «goods», вместо обобщённого «товары»).

Рассмотрим ещё один пример, где представлено два перевода части документа.

Оригинал: The contracts placed within the framework of RF-LHC 1 shall be adjudicated in accordance with the CERN purchasing rules, and shall be awarded to manufacturers and contractors located within the territory of the CERN Member States.

Таблица 2 – Анализ перевода

<i>Человек</i>	<i>Искусственный интеллект</i>
Эти материалы и оборудование приобретаются на контрактной основе, в соответствии с правилами ЦЕРН у производителей, расположенных на территориях государств-членов ЦЕРН [3].	Контракты, заключаемые в рамках RF-LHC I, adjudicate в соответствии с правилами закупок ЦЕРНа и должны заключаться с производителями и подрядчиками, находящимися на территории государств-членов ЦЕРНа.

Во-первых, обращаем внимание на присутствие «недоперевода» у ИИ (слово *adjudicate* не переведено). Синтаксическая структура также калькируется, в то время как человеческий перевод является более компактным и удобочитаемым благодаря синтаксическим преобразованиям.

Таким образом, делается вывод о наличии переводческих ошибок у ИИ на всех трёх уровнях: лексическом (работа с терминами и именами собственными, пропуски в переводе), грамматическом (частое калькирование, которое может нарушать языковой узус), стилистическом (нарушение степени императивности). При этом наибольшие трудности возникают с переводом терминов и названий, что требует особого внимания при редактировании. Следующий этап исследования предполагает разработку практических рекомендаций по редактированию при работе с нейронным переводом.

Литература:

1. Игнатьева Ю. А. Искусственный интеллект и перевод // VIII Международная научная конференция, Донецкие чтения – 214 с.
2. Юридический перевод: учебное пособие по переводу с

английского языка на русский / под ред. П. В. Рыбина. — М.: Проспект, 2018. — 536 с.

3. Protocol concerning participation in the Large Hadron Collider project to the 1993 Co-operation Agreement between the Government of Russian Federation and the European Organization for Nuclear Research (CERN) от 14.06.1996 – 9 с.

СТРАТЕГИИ И ПРИЁМЫ В ДУБЛИРОВАННОМ ПЕРЕВОДЕ

С. П. Попова, О. Г. Шевченко

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, rpsr081204@gmail.com**

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к.ф.н., доцент

В статье рассматриваются ключевые стратегии и приемы, используемые в дублированном переводе. Анализируются проблемы, возникающие при передаче лингвокультурных особенностей оригинала, и их влияние на восприятие русскоязычной аудиторией. На материале конкретных примеров из фильмов оценивается эффективность и удачность различных переводческих решений.

The article examines the key strategies and techniques used in dubbing translation. It analyzes the problems that arise when conveying the linguocultural features of the original and their impact on the Russian-speaking audience. Using specific examples from films, the effectiveness and success of various translation solutions are assessed.

Современная медиасреда характеризуется беспрецедентной доступностью аудиовизуального контента, что делает качество его локализации одним из ключевых факторов культурного диалога. В условиях, когда дубляж является в России основным способом ознакомления зрителя с зарубежными фильмами и сериалами, профессиональное переводческое сообщество сталкивается с комплексной задачей. Необходимо не только донести содержание, но и сохранить художественное своеобразие, стилистику диалогов и культурные коды оригинала. Именно в этот момент на передний план выходит необходимость грамотного выбора и применения конкретных стратегий и приемов перевода, от которых напрямую зависит адекватность восприятия русскоязычным зрителем замысла создателей произведения [1].

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, усилившееся внимание профессионального сообщества и зрителей к качеству дубляжа поспособствовало тому, что

проблемы переводческих ошибок стали активно обсуждаться не только в профессиональной среде, но и среди широкой зрительской аудитории. Во-вторых, технические ограничения, налагаемые укладкой в артикуляцию, создают для переводчика ситуацию выбора, где точная передача смысла нередко приносится в жертву синхронности, что и становится прямой причиной смысловых потерь [2].

Целью работы является выявление и анализ наиболее распространенных стратегий и приемов, используемых в дублированном переводе, а также оценка их эффективности с точки зрения сохранения смысла, характера персонажей и общего восприятия произведения.

Эмпирическую базу исследования составили первые два сезона сериала «Sherlock» (BBC) в оригинале и их дублированная версия, хронометраж каждой из версий составляет 8 часов 52 минуты. Сплошной просмотр указанного материала позволил выявить репрезентативную выборку переводческих решений, демонстрирующих различные стратегии дубляжа. В настоящей статье представлен анализ наиболее показательных из обнаруженных примеров, наглядно иллюстрирующих ключевые проблемы перевода.

Научная новизна работы заключается в системном анализе конкретных переводческих решений данного сериала, которые оказали существенное влияние на трактовку оригинального контента и до сих пор не получали комплексной оценки в академической среде. Полученные результаты могут быть применены в практике переводчиков-локализаторов, а также использованы в учебном процессе при подготовке специалистов в области аудиовизуального перевода.

В современном переводедении под стратегией перевода понимается совокупность сознательных действий переводчика, направленных на достижение коммуникативной цели в условиях конкретных ограничений [3]. В контексте дубляжа ключевым таким ограничением является укладка «в губы» (фонетическая и временная синхронизация речи с движением губ актера), что заставляет переводчика постоянно искать компромисс между точностью и технической выполнимостью [1]. В своей работе переводчик может прибегать к различным тактикам: от дословного перевода (калькирования), часто ведущего к неестественности звучания, до функциональной замены, при которой непонятный элемент оригинала подменяется культурно близким аналогом. В особо сложных случаях используется либо полное опущение непередаваемого элемента, либо его развернутое описательное толкование [3]. Анализ эффективности именно этих подходов и составляет ядро данной работы.

Яркой иллюстрацией проблемы выбора стратегии может служить пример из сериала «Шерлок» (сезон 1, серия 3 «The Great Game», 1:21:18). В сцене, где персонаж имитирует чревовещателя, он произносит фразу-скороговорку «Gottle o' gear», являющуюся искаженным вариантом «bottle of beer». Данная фраза в английской традиции используется чревовещателями для тренировки, так как её сложно произнести без смыкания губ.

В русском дубляже был использован прямой перевод («Бутылка пива»), что привело к утрате функционального смысла. Оригинальная фраза «Gottle o' gear» — это специализированный лингвистический инструмент, сложный для артикуляции. Её буквальный перевод, хотя и содержит похожие фонемы, не сохраняет исходной функции скороговорки и нарушает понимание сцены. Более адекватным решением могла бы стать стратегия функциональной адаптации. В русской лингвистической традиции для аналогичных целей широко известна фраза «Бледно-бурый бюст барона Брамбеуса» [4], насыщенная сложными для чревовещания губно-губными звуками. Её адаптация, например, до варианта «Гледно-гурый», позволила бы не только сохранить функциональную нагрузку реплики как труднопроизносимой скороговорки, но и передать демонстративный характер сцены.

Следующий пример демонстрирует работу с культурной отсылкой, непрозрачной для русскоязычной аудитории. В 2 серии 2 сезона «The Hounds of Baskerville» (42:01) реплика «Yeah all right Spock, just... take it easy» содержит имя Спока — персонажа саги «Звёздный путь», ставшего символом абсолютного хладнокровия.

Для её передачи была применена стратегия опущения непередаваемого элемента с одновременной функциональной заменой. Переводчик исключил имя «Spock» и преобразовал высказывание в нейтрально-успокаивающую фразу «Будь спокойнее, всё не так страшно». Это решение можно считать удачным: оно сохраняет цель высказывания (успокоение), делает реплику естественной для русского уха и снимает проблему непонятной отсылки.

Следующий пример иллюстрирует сложность перевода культурно-специфических идиом. В той же серии (1:26:52) Шерлок произносит фразу «Got to see a man about a dog», которая в английском языке является устоявшимся эвфемизмом для ухода по неотложному делу, аналогичным русскому «отойду на минуточку» или «отойду припудрить носик».

Однако в данном случае фраза используется буквально: Шерлок действительно идет поговорить с человеком, причастным к судьбе собаки. Переводчик избрал стратегию буквального перевода, создав вариант «Схожу про собаку спрошу». Это решение является

компромиссным: с одной стороны, оно отражает буквальный смысл, заложенный в сюжете, но с другой — полностью скрывает идиоматичность оригинала.

Найденное решение представляется оптимальным в данных условиях, учитывая хорошее попадание в липсинк и временной промежуток реплики. Альтернативные варианты, основанные на русских «собачьих» идиомах, оказываются менее удачными. Например, «Спрошу, где собака зарыта», пусть и представляясь неплохим вариантом для укладки (имея идентичное количество слогов и сходство фонем), смещает акцент на поиск скрытой причины, что не вполне соответствует контексту. Вариант «Схожу собак навешаю» (в значении «раскритиковать») является коммуникативно неадекватным, так как грубая, эмоционально окрашенная лексика полностью противоречит хладнокровному и рациональному характеру Шерлока Холмса, а также данное выражение не вписывается в контекст сцены.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что выбор стратегии в дублированном переводе является комплексной задачей, выходящей за рамки простой замены лингвистических единиц. На материале сериала «Шерлок» было продемонстрировано, как различные подходы — от прямого перевода до функциональной адаптации — по-разному влияют на восприятие содержания и характеристик персонажей русскоязычной аудиторией.

Наиболее эффективными оказываются решения, учитывающие не только формальное значение высказывания, но и его контекстуальную нагрузку, культурные коннотации и идиоматичность. При этом технические ограничения дубляжа, в частности требование липсинка, зачастую выступают определяющим фактором при выборе стратегии, что подтверждает необходимость особой переводческой компетенции в сфере аудиовизуальной локализации.

Полученные результаты имеют практическую ценность для переводчиков-локализаторов и могут быть использованы в учебном процессе при подготовке специалистов в области перевода, способствуя повышению общего качества дублированного контента и углублению понимания механизмов межкультурной коммуникации.

Литература:

1. Козуляев А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода [Электронный ресурс] // Царскосельские чтения. — 2013. — URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyy-polisemanticheskyy-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy-](https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyy-polisemanticheskyy-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy)

deyatelnosti-i-osobennosti-obucheniya-dannomu-vidu (дата обращения: 15.11.2025).

2. Козуляев А. В. Обучение студентов аудиовизуальному переводу в эпоху когнитивной революции: к постановке проблемы [Электронный ресурс] // Вопросы методики преподавания в вузе. — 2019. — Т.8. — №29. — С. 48–56. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-studentost-audiovizualnomu-perevodu-v-epohu-kognitivnoy-revoljutsii-k-postanovke-problemy> (дата обращения: 14.11.2025).

3. Надеждина Н. Г. Методические указания к практическому курсу профессионально-ориентированного перевода для студентов, обучающихся по программе «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» [Электронный ресурс] / Н.Г. Надеждина, О.А. Юдина // Нижегород. гос. архитектур.-строит. ун-т. — 2015. — 30 с. — URL: <https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/ling/858826.pdf> (дата обращения: 16.11.2025).

4. Сариева Е. А. Ваттемар А. Искусство театральной трансформации [Электронный ресурс] // Вестник славянских культур. — 2018. — Т.49. — С. 343–350. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aleksandr-vattemar-iskusstvo-teatralnoy-transformatsii> (дата обращения: 13.11.2025).

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РОССИЙСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ НА САЙТАХ ВУЗОВ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОДЫ

К. С. Портнова, С. В. Гричин

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, katerinaportnova18@gmail.com**

**Научный руководитель: Гричин С. В., д-р филол. наук, доцент,
профессор кафедры ИЯ ГФ**

В статье анализируются стратегии перевода реалий российской системы образования на материале сайтов вузов. Рассматривается адаптация структурной, административной и академической лексики, способы сохранения культурной специфики текста.

This article examines translation strategies for realia of the Russian educational system based on Russian university websites. It reviews the adaptation of structural, administrative, and academic terms, methods of preserving cultural specificity.

В условиях цифровой трансформации и глобализации образования официальные сайты университетов становятся ключевым каналом

коммуникации с международной аудиторией. Рост академической мобильности и увеличение числа иностранных абитуриентов обуславливают актуальность качественного перевода веб-контента вузов. Особую важность приобретает адекватная передача образовательных реалий — терминологии, отражающей специфику национальной системы высшего образования. Грамотный перевод таких единиц выполняет важную прагматическую функцию: формирует положительный институциональный имидж [1] и обеспечивают прозрачность информации для иностранных абитуриентов.

Цель настоящего исследования – выявление специфики перевода образовательных реалий как способа репрезентации российской высшей школы и определение наиболее продуктивных переводческих стратегий и приёмов.

Материалом исследования послужил контент официальных сайтов российских вузов (СПбГУ, МГЛУ, НГТУ) и их англоязычные версии. Рассмотрим использованные стратегии и приемы при переводе разделов «History» / «MSLU at a Glance» на сайтах НГТУ, МГЛУ и СПбГУ:

1. НГТУ

Прагматическая адаптация и использование международной терминологии:

«to educate a new generation of scientists, engineers and inventors», «training specialists ready to fulfill practical tasks and restore the country's industrial power». Это стратегия функционального аналога, где сложная советская система подготовки упрощена до глобально понятной модели.

Генерализация:

Скорее всего, стоявшая за текстом реалия «ведущие предприятия СССР» была адаптирована как *«the needs of the USSR leading businesses»*. Переводчик смягчил специфику советской плановой экономики, используя более универсальный термин *businesses*, что облегчает понимание для аудитории из стран с рыночной экономикой.

Функциональный аналог:

Реалия «опорный университет» адекватно передана устоявшимся в международной практике термином *«flagship university»*. Это пример удачного применения функциональной замены.

2. МГЛУ

Транслитерация + Объяснение (Описательный перевод):

Исторические названия («Институт имени Мориса Тореца») даются в транслитерированной форме с пояснением: *«Maurice Thorez Moscow State Institute of Foreign Languages»*. Это стратегия транскрипции с пояснением.

Культурологическая адаптация:

Концепт «народное ополчение» передан как «*civilian militia*». Это приближенный функциональный аналог, который, хотя и не является полным эквивалентом, доносит основную суть явления до иностранного читателя.

Использование международных стандартов:

Реалии Болонской системы («бакалавриат», «магистратура») напрямую переданы через стандартные термины «*bachelor programmes*», «*master programmes*» с прямой отсылкой к «Bologna Declaration». Это стратегия прямого соответствия.

Структурная компенсация:

Подраздел «MSLU Today» представляет структурно переработанный текст, где информация подана тезисно. Это компенсирует информационную плотность, характерную для русскоязычных официальных текстов, и соответствует ожиданиям западной веб-аудитории.

“MSLU has an extensive system of continuing education, spanning all ages and qualifications from secondary school-level linguistic lyceum to university and advanced training facilities. Full-time higher education includes 4-year bachelor programmes followed by 2-year master programmes, in keeping with the Bologna Declaration. The University also offers opportunities for obtaining a second degree in linguistics. MSLU is a focus institution for language and culture studies. MSLU is involved in international educational projects together with the following organisations:

- *UNESCO*
- *Council of Europe*
- *European Commission*
- *European Centre for Modern Languages”*

3. СПбГУ

Транслитерация / Транскрипция + Устоявшийся эквивалент

Decree of Emperor Peter the Great (Указ императора Петра Великого); Imperial University (Императорский университет); the Twelve Collegia building (здание Двенадцати коллегий); the People’s Commissariat for Education (Народный комиссариат просвещения); the Order of Lenin (орден Ленина).

Для официальных названий, исторических зданий и высших наград используется устоявшаяся в англоязычной историографии форма.

Калькирование:

the Main Pedagogical Institute (Главный педагогический институт).

Прямой перевод позволяет передать структуру названия, хотя для иностранного читателя сочетание Main Pedagogical может звучать непривычно.

Функциональный аналог:

the people's militia (народное ополчение).

Как и на сайте МГЛУ, понятие «народное ополчение» адаптируется через близкий, хотя и не полностью тождественный, термин *militia*, который понятен международной аудитории.

associate professors (доценты); *assistant professors* (ассистенты); *academic staff* (научно-педагогические работники); *graduation projects* (выпускные квалификационные работы);

Российские должности и понятия не знакомые иностранцу адаптируются под международную систему.

Описательный перевод / Пояснение

“the Higher Women's Courses were opened. The courses were named ‘The Bestuzhev courses’ after their founder...”

Уникальный культурно-исторический феномен («Бестужевские курсы») передается через транслитерацию.

Калькирование для неологизмов и брендов:

mega-grants (мегагранты).

Специфический термин российской научной политики переводится дословно, так как он является брендом и его смысл (mega как «крупный») интуитивно понятен.

Генерализация и Опускание:

“Professors of the University were arrested in the so-called academic trial, or ‘Platonov case’...”

Сложный исторический период (репрессии, «академическое дело») описывается кратко. Конкретика опускается в целях избежания углубления в негативные темы.

В целом в разделе акцент делается на событиях, значимых для международного академического сообщества: Нобелевские премии, онлайн-курсы, международные визиты, особый юридический статус. Это создает образ СПбГУ как части глобального академического пространства.

Проведенный анализ переводов официальных сайтов НГТУ, СПбГУ и МГЛУ демонстрирует системный подход к передаче уникальных аспектов российской образовательной системы. Доминирующей стратегией является прагматическая адаптация, реализуемая через комплекс взаимосвязанных приемов. Вместе с тем, адаптация не является универсальной; она целенаправленно выстраивается вокруг ключевых преимуществ и уникальных характеристик каждого университета. Менее

частотные стратегии - буквальный перевод и транслитерация, они используются точно, когда нужно сохранить культурную аутентичность или передать уникальное название.

Процесс перевода балансирует между двумя подходами: лингвокультурологическим (сохранение аутентичности и исторического колорита) и прагматическим (обеспечение понятности и привлекательности для глобальной аудитории), что позволяет эффективно транслировать специфику российской образовательной системы.

Литература:

1. Московский государственный лингвистический университет [Электронный ресурс]. — Москва: МГЛУ, 2025. — URL: linguanet.ru/en/ (дата обращения: 19.11.2025).
2. Новосибирский государственный технический университет [Электронный ресурс]. — Новосибирск: НГТУ, 1994–2025. — URL: en.nstu.ru (дата обращения: 19.11.2025).
3. Редькина Ю. К. Стратегии формирования имиджа университета на его официальном сайте // Евразийский Союз Ученых. — 2015. — № 10–3 (19). — 172 с.
4. Санкт-Петербургский государственный университет [Электронный ресурс]. — Санкт-Петербург: СПбГУ, 2025. — URL: english.spbu.ru (дата обращения: 19.11.2025).

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ ПО ПСИХОЛОГИИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

А. В. Пьянкова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, arv1604@mail.ru**

Научный руководитель: Осолодченко М. Н., ст. преп.

Статья посвящена анализу лингвистических и стилистических особенностей научно-популярных текстов по психологии и их перевода с английского языка на русский на материале книги Анилы Сета «Быть собой: новая теория сознания».

The article is dedicated to the analysis of linguistic and stylistic features of popular science texts on psychology and their translation from English into Russian, using Anil Seth's book "Being You: A New Science of Consciousness" as a case study.

За последние годы интерес общественности к научным достижениям сильно вырос, но, несмотря на это, язык академических исследований часто остается слишком сложным для понимания широкой аудиторией. Научно-популярная литература призвана преодолевать этот разрыв, обеспечивая доступность научных знаний. Однако при ее переводе также встречаются сложности из-за различий в структурах языков.

Актуальность темы исследования заключается в необходимости анализа и выявления стратегий перевода научно-популярных текстов в области психологии.

Объект исследования – тексты научно-популярного типа в области психологии.

Предмет исследования – особенности перевода научно-популярных текстов по психологии с английского языка на русский.

Цель исследования – анализ и выявление особенностей перевода научно-популярных текстов в области психологии.

Материалом исследования послужила научно-популярная книга Анилы Сета (Anil Seth) по психологии «Быть собой: Новая теория сознания» (Being You. A New Science of Consciousness). Издательство «Альпина нон-фикшн» (Faber & Faber). Переводчик – М. Десятова.

Статус научно-популярного стиля в лингвистике остается спорным. Одни исследователи (И.Р. Гальперин, М.Н. Кожина) считают его подтипом научного стиля, а другие (Э.А. Лазаревич, А.Ю. Пак, Н.Н. Бобырева) признают его самостоятельным функциональным стилем с уникальными чертами [4].

В отличие от собственно научного текста, цель которого состоит в сообщении нового знания научному сообществу, научно-популярный текст стремится адаптировать уже существующее знание, упростить сложные концепции и тем самым пробудить интерес к науке у неподготовленного читателя. Автор текста «переводит специальную научную информацию на язык неспециального знания» [7].

В отличие от научного стиля с его отвлеченностью, обобщенностью, высокой плотностью терминов и имперсональностью, научно-популярный текст более доступен широкому кругу реципиентов, благодаря понятным объяснениям и средствам выразительности, которые помогают удержать внимание читателя.

Особое место в научно-популярном тексте занимает метафора. В тексте она может выполнять выполняет номинативную, экспланаторную и воздействующую функции, делая абстрактное наглядным, например, мозг — это компьютер.

Неотъемлемой частью научного знания является специальная лексика (термины). В научно-популярном тексте она встречается реже чем в

собственно научном тексте, так как ее количество специально ограничено для облегчения понимания реципиентом. Введение термина в текст часто сопровождается пояснениями, сравнениями, лексическими повторами, что делает текст доступнее.

На уровне грамматики в научно-популярном тексте преобладают активный залог, определенно-личные и личные конструкции, предикативы в настоящем времени, что создает эффект присутствия и проведения совместного исследования автора вместе с читателем [1].

В настоящее время научно-популярные тексты по психологии особенно востребованы из-за растущего общественного интереса к ментальному здоровью. Они сохраняют все перечисленные черты научно-популярного текста, однако преимущественно используют терминологию из психологии и из смежных областей.

Перевод научно-популярного текста требует не только смысловой точности, но и сохранения стиля. Главная сложность такого перевода - это стремление добиться баланса между научной точностью и доступностью. Избыток терминологии и сложных описаний, как и чрезмерная разговорность, могут отпугнуть читателя.

При переводе данного типа текстов могут использоваться грамматические трансформации, такие как членение/объединение предложений. Данные приемы повышают связность и естественность текста. Также при переводе часто происходит замена пассивного залога на активный, сохраняется использование настоящего времени и личных конструкций [3].

На лексическом уровне требуется уделить особое внимание подбору эквивалентов для терминов. При переводе важно учитывать полисемию терминов и подбирать эквиваленты согласно контексту, чтобы избежать искажения информации [2].

Таким образом, научно-популярный стиль, особенно в психологии, сохраняет баланс научности и экспрессивности, где все использованные приемы служат одной цели: сделать сложное знание понятным и интересным широкому кругу читателей, не снижая достоверность научной информации.

Анализ четвертой главы книги Анила Сета «Быть собой: Новая теория сознания» выявил переводческие трансформации (по классификации В. Н. Комиссарова), которые переводчик использовал для адаптации научно-популярного текста при переводе с английского на русский:

Грамматические трансформации:

Оригинал: «*I can't see the ground...*»

Перевод: «*Земли не видно...*»

Оригинал: «*I can hear birdsong...*»

Перевод: «*Слышно пение птиц...*»

В данных примерах переводчик преобразовал определенно личную конструкцию оригинала в безличную. Несмотря на то, что использование личных конструкций характерно для научно-популярного текста, переводчик принял решение сместить фокус с автора на окружающие его объекты. Такой прием делает текст более выразительным и похожим на художественный текст, что является подходящим в данном случае, так как примеры были взяты из начала четвертой главы, где автор с помощью небольшого художественного описания стремится подвести читателя к основной теме.

Оригинал: «*When trying to form perceptions,...*»

Перевод: «*Для формирования впечатлений...*»

В данном примере была проведена грамматическая замена: герундиальная конструкция *When trying* заменена предложным оборотом с отглагольным существительным *Для формирования*. Вынужденная замена герундия ввиду его отсутствия в русском языке.

Оригинал: «*As to who or what is doing the perceiving – well, that's the 'self', isn't it, the 'I behind the eyes' one might say, the recipient of wave upon wave of sensory data, which uses its perceptual readouts to guide behaviour, to decide what to do next.*»

Перевод: «*Кто или что при этом совершает акт восприятия? Ну так понятно же — «личность», «внутреннее я», которое принимает накатывающие одна за другой волны сенсорных данных, руководствуется их перцептивным выводом в своем поведении и решает, что делать дальше.*»

При переводе данного предложения переводчик применил переводческую трансформацию – членение предложения. Оригинальное предложение слишком объемное и в данном случае членение помогает логически разделить мысль. Также переводчик не просто разделил предложение на две части, но и превратил одно из них в риторический вопрос, что полностью соответствует научно-популярному стилю.

Лексические трансформации:

Оригинал: «*... the trees all seem to be floating together with me in the mist.*»

Перевод: «*... и деревья словно плавают вместе со мной в этом белом молоке.*»

Оригинал: «*... it's completely dark and utterly silent.*»

Перевод: «*...вокруг крошечная тьма и зловая тишина.*»

Для существительного *mist* (туман, мгла) переводчик подобрал метафору *белое молоко*. Словосочетания *completely dark* и *utterly silent* также были переданы с помощью устоявшихся в русском языке

литературных метафор *крошечная тьма* и *гробовая тишина*. Данные варианты придают тексту выразительности, подходящей к художественному введению анализируемой главы книги.

В четвертой главе книги были употреблены психологические и общие научные термины, и аббревиатуры, для которых переводчик подобрал верные эквиваленты:

unconscious inference - бессознательное умозаключение

visual cortex, auditory cortex - зрительная, слуховая кора

fMRI – фМРТ

noumenon - ноумен

thermoception, proprioception – термоцепции, проприоцепции

Перевод научно-популярных текстов по психологии требует от переводчика не только профессиональных знаний в своей области, но и экстралингвистических, что позволит успешно адаптировать информацию и передать ее читателю. На примере главы книги Анила Сета были проанализированы и выявлены переводческие трансформации, использованные при ее переводе. Большинство трансформаций являются грамматическими: членение предложений, грамматическая замена. Также для психологических терминов были подобраны верные эквиваленты. Употребление устоявшихся в русском языке метафор позволило сделать текст более доступным и привычным для восприятия.

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
2. Алипичев А. Ю., Порческу Г. В., Сергеева Н. А. Специальная лексика в научно-популярном тексте и ее перевод //Вестник Череповецкого государственного университета. – 2023. – № 2 (113). – С. 7–19.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Пак А. Ю., Бобырева Н. Н. Лексические особенности текстов научно-популярного стиля (на материале журнала Scientific American) // Terra Linguae. 2018. Вып. 4: сб. науч. ст. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2018. – С. 27–30. 4.
5. Сет А. Быть собой: Новая теория сознания / А. Сет; пер. с англ. М. Десятовой. – М.: Альпина нон-фикшн, 2023. – 400 с.

6. Seth A. Being You: A New Science of Consciousness. – London: Faber & Faber Ltd, 2021. – 352 p.

7. Hyland K. Constructing proximity: relating to readers in popular and professional science // Journal of English for Academic Purposes. – 2010. – Vol. 9. – P. 116–127.

ГЕНДЕРНАЯ АСИММЕТРИЯ В ЯЗЫКОВОЙ СИСТЕМЕ И ЕЁ ОТРАЖЕНИЕ В ПЕРЕВОДЕ: НА ПРИМЕРЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

А. А. Семенова

**Новосибирский государственный технический университет
г. Новосибирск, annasemenova2906@gmail.com**

**Научный руководитель: Проскурина А. В., д.фил.н., доцент, доцент
каф. ИЯ ГФ**

В данной статье рассматриваются особенности отражения гендерной асимметрии при переводе с французского языка на русский на примере аутентичных материалов.

This article examines the peculiarities of conveying gender asymmetry in translation from French into Russian using authentic materials as examples.

В современной французской лингвистике наблюдается активный процесс феминизации – образования наименований женского рода (феминитивов) для обозначения женщин, занимающихся традиционно «мужскими» профессиями или должностями. Необходимо подчеркнуть, что данный процесс обусловлен как социолингвистическими факторами, так и внутриязыковыми тенденциями, в частности переосмыслением существующих словообразовательных моделей.

Французские феминитивы образуются преимущественно тремя способами. В первую очередь, посредством добавления окончания -е к форме мужского рода: «étudiant/étudiante». Во-вторых, с помощью суффиксов женского рода -euse и -trice: «animateur/animatrice», «chargeur/chargeuse». В-третьих, имеет место семантическое переосмысление, когда исторически сложившаяся форма женского рода, обозначавшая ранее преимущественно супругу («la générale», «la colonelle»), начинает использоваться для наименования женщины, самостоятельно занимающей соответствующую должность.

Одним из основополагающих лингвистических явлений, сопровождающих этот процесс, является омонимия. Противники феминизации часто апеллируют к тому, что новые феминитивы

совпадают по форме с уже существующими словами, обозначающими предметы. Классическим примером служит существительное «la cafetière», которое может означать как «кофейник», так и «владелица кафе». Аналогичная ситуация наблюдается с целым рядом существительных на -euse, которые могут обозначать как женщину («une danseuse» – танцовщица), так и механизм («une moissonneuse» – жнейка). Однако, как демонстрирует исследование, полисемия и омонимия являются неотъемлемыми свойствами языка, и подобная двусмысленность успешно преодолевается в контексте.

Важным аспектом является также коннотативная нагрузка некоторых феминитивов. Ряд форм женского рода исторически приобрел пейоративный или уничижительный оттенок. К примеру, слова типа «coureuse» или «entraîneuse» могут ассоциироваться с вульгарностью, в то время как их пары мужского рода («coureur», «entraîneur») лишены подобной окраски. Это указывает на глубоко укорененные в языковом сознании стереотипы.

Была изучена статья «devenirenseignant.gouv.fr – Être professeur des écoles» 2025 года [3], которая повествует о ротации учителей, где можно увидеть использование феминитива «la professeure des écoles» (учительница в системе образования).

При сравнительном анализе словосочетания на английском, французском и русском языках были получены следующие результаты (См. Табл. 1):

Таблица 7 - Сравнительный анализ слова «la professeure des écoles» на английском, французском и русском языках

Французский эквивалент	Русский эквивалент	Английский эквивалент
«la professeure»	«учительница», «преподавательница»	«female teacher», «woman teacher», «teacher»

В русском языке эквивалент может быть представлен «учительницей» (учительница младших/старших классов) или же как «преподавательница» (в вузе/колледже). В английском чаще используется «teacher». В приведенном примере для акцентирования внимания было бы уместнее употребить «female teacher».

При переводе на русский корректнее перевести как «преподавательница школы». Можно оставить нейтральное «учитель», однако потеряется акцент пола, который может быть значим в контексте условия работы, ротаций, нагрузок и т.д. В английском: «woman teacher», «female teacher», либо просто «teacher».

При дискурсивном анализе было выявлено, что слово «professeure» во французском языке отражает изменение норм: профессия, традиционно считавшаяся мужской ранее и в некоторых контекстах (преподавание в вузах или другие административные роли), и теперь именуется женским образом, когда речь заходит о сфере образования. Это часть культурного процесса, признания женщин как равных участников профессий. В русском языке использование «преподавательница» может восприниматься как привычное или разговорное, но также может вызвать реакции, если стиль более формальный. Английский дискурс к формам рода менее чувствителен, многие предпочитают нейтральность, однако «female teacher» используется, чтобы подчеркнуть вопрос пола/условий, особенно в образовательной сфере.

В песне «La Chanson du Dimanche – «Je suis une femme» (2020) [4] был обнаружен следующий фрагмент: «Je suis une femme... Comme un humain féminin». Песня выражает самосознание женщины, ее идентичность, подчеркивая, что она – просто женщина, без ярлыков, без ярких прилагательных. Фраза «humain féminin» показывает попытку выразить чувство человеческой сущности с женским родом.

Сравнительный анализ дал следующие результаты (См. Табл. 2):

Таблица 8 - Сравнительный анализ слова «un humain féminin» на английском, французском и русском языках

Французский эквивалент	Русский эквивалент	Английский эквивалент
«Je suis une femme»	«Я – женщина»	«I am a woman
«humain féminin»	«человечески женственный / женская человеческая сущность» или «человек женского пола»	«feminine human» / «human who is female»

В русском языке выражение «Я-женщина» – стандартно; «женщина-человек» или «женщина-человеческая сущность» звучит необычно, философски. В английском – аналогично: «I am a woman; feminine human/human of female sex») – менее стандартно.

При переводе необходимо перефразирование, либо использование метафор для передачи тонкого смысла данного выражения во французской песне.

Исходя из этого, песня подчеркивает идентичность, автономность, общее равенство. Феминитив в данном случае — это маркировка пола в

общем контексте: она говорит от имени всех женщин. Это часть феминистической эстетики, обращения к женской сущности. В восприятии слушателя акцент на «женщине» как самостоятельная категория: не «женщина как объект», а «женщина как субъект».

Появление феминитивов в публичных информационных источниках и творческом пространстве легитимизировало право женщин на равное с мужчинами обозначение в языке, подготавливая почву для широкого распространения и признания феминитивов [2, с. 163-167].

Таким образом, эволюция феминитивов во французском языке представляет собой живой и конфликтный процесс, где языковые изменения являются прямым отражением сдвигов в общественном сознании, а их перевод на другие языки со всей очевидностью демонстрирует, что не существует единого глобального решения для лингвистического воплощения гендерного равенства, а есть различные, обусловленные структурой каждого языка стратегии, будь то элиминация рода, как в английском, или его последовательная и парная маркировка, как во французском и отчасти в русском языках.

Литература:

1. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед. –М.: Рос. полит. энцикл., 2004. – 252 с.
2. Скуратов И. В., Епифанцева Н.Г. Французские неологизмы-феминитивы как результат переосмысления в современном французском языке в сопоставлении с русским языком // Верхневолжский филологический вестник. 2024. №2 (37).
3. Être professeur des écoles en 2025 [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.devenirenseignant.gouv.fr/etre-professeur-des-ecoles-67> (дата обращения: 14.11.2025).
4. La Chanson du Dimanche – «Je suis une femme» (2020) [Электронный ресурс] // Shazam. - URL: <https://www.shazam.com/en-us/song/334630479/je-suis-une-femme> (дата обращения: 12.11.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ОНОМАТОПЕИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

О. В. Сиразитдинов, М. А. Лухманова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, sirm235@yandex.ru**

Научный руководитель: Лухманова М. А., ст. преп.

В статье рассматриваются лингвистические особенности ониматопеи, её функции в рекламных текстах и специфика передачи на русский язык. Особое внимание уделяется переводческим трансформациям, необходимым для сохранения прагматического воздействия и стилистической выразительности оригинала.

The article examines linguistic features of onomatopoeia, its functions in advertisements and specifics of its translation into Russian. Special attention is given to translation transformations for preserving the pragmatic impact and stylistic expressiveness of the original.

Зародившийся как средство имитации природных звуков, прием ониматопеи в современной рекламе приобрел статус мощного инструмента воздействия на потребителя. Звукоподражательные слова обладают высоким эмоционально-экспрессивным потенциалом, привлекают внимание и способствуют формированию яркого образа рекламируемого товара или услуги. В условиях глобализации и интенсивного развития международной рекламной коммуникации вопросы адекватного перевода рекламных текстов, содержащих звукоподражательные элементы, приобретают особую значимость.

Актуальность данной темы обусловлена возрастающей ролью рекламного дискурса в массовой коммуникации и необходимостью сохранения воздействующего потенциала звукоподражаний при переводе. Различия в фонетических системах английского и русского языков, национально-культурные особенности звуковосприятия и специфика рекламного дискурса создают комплекс проблем, требующих системного лингвистического анализа.

Цель данной статьи — выявить особенности функционирования и перевода ониматопеи в рекламном дискурсе на материале англоязычных рекламных текстов.

Для достижения цели необходимо было определить понятие ониматопеи, изучить функции звукоподражательных единиц в рекламном тексте, а также обозначить основные переводческие стратегии и трансформации, используемые при передаче ониматопеи с английского языка на русский.

Интерес к проблеме звукоподражания прослеживался ещё в античной философии. Первые рассуждения об ономотопеи принадлежат Платону: в диалоге «Кратил» он рассматривал вопрос о естественной связи между звучанием слова и его значением, приводя звукоподражательные формы как аргумент в пользу мотивированности языкового знака.

В русской лингвистической традиции ономотопея рассматривается как разновидность изобразительных слов и употребляется как синоним термина «звукоподражание». В «Словаре лингвистических терминов»

О. С. Ахмановой предлагается следующее определение: «Звукоподражание (ономотопея) – условное воспроизведение звуков природы и звучаний, сопровождающих некоторые процессы (дрожь, свист, смех и т.п.), а также криков животных – мяу, гав и т.п.» [1].

По данным И. Н. Горелова и К. Ф. Седова, в каждом развитом языке насчитывается до 2–3 тысяч звукоподражательных слов [4], что свидетельствует о значимости данного явления в языковой системе.

Согласно С. В. Воронину, ономотопея базируется на четырех компонентах: эмоциональном, акустическом (зачастую ключевом для звукоподражательных слов), двигательном и телесном (части тела, напрямую связанные с производением звуков). В звукоподражательных словах преобладает эмоциональный компонент, отсюда следует, что им характерны расплывчатость, неточность [3].

Ономотопея представляет собой выразительное средство, которое позволяет передать акустические характеристики объекта через звуковую форму. В рамках рекламного дискурса звукоподражательные элементы выполняют целый комплекс коммуникативных и прагматических задач, существенно расширяя выразительные возможности рекламного текста. Рассмотрим ее функции в таблице.

Таблица 1 – Функции ономотопеи

Функция	Описание	Примеры
Формирование наглядного образа	Воспроизведение звуков, ассоциирующихся с продуктом, создание визуально-аудиального впечатления	Газированные напитки: “Fizz!” Резкий эффект: “Zap!” Хрустящие закуски: “Crunch!”
Привлечение внимания и повышение неожиданности	Использование графически/фонетически маркированных форм для отклонения от языковых ожиданий	Растянутые сочетания: “BZZZZT!” Визуально подчеркнутые: “BOOM!”

		Окказионализмы: “Flufftastic!”
Обеспечение ситуативности и релевантности	Создание релевантности для актуальной коммуникативной ситуации потребления	Продукты питания: “Mmm-mmm tasty!” Напитки: “Aaaah... refreshing!”
Усиление выразительности	Использование звуковых повторов, аллитерации, ассонанса	Аллитерация: “Click – Clean – Clear!” Ассонанс: “Feel the real beat!” Ритмические структуры: “Pop it. Drop it. Stop it.”
Повышение запоминаемости	Создание «звуковой подписи» бренда через повтор и созвучность	“Snap – Sip – Smile” “Buzz. Boost. Believe.”
Создание аудиовизуального образа	Синхронизация звукового и визуального измерений рекламы	Упаковка снеков: “CRNCH!” Реклама напитков: “SPLAASH!”

Согласно концепции информативности, предложенной Р.А. Бограндом и В. Дресслером, степень новизны или неожиданности текстового элемента играет ключевую роль в его восприятии: чем выше отклонение от привычных языковых ожиданий, тем сильнее внимание реципиента и тем эффективнее сообщение [6]. В рекламе это часто проявляется через использование графически маркированных форм ономотопеи.

Важной функцией ономотопеи является создание ситуативности текста — тех факторов, которые делают текст релевантным для актуальной коммуникативной ситуации [6]. В рекламе звукоподражание часто выступает элементом, обеспечивающим релевантность сообщения для потребительской ситуации.

Как отмечает Б. Совински, повтор является одним из наиболее распространённых механизмов риторической выразительности рекламного текста [7]. Ономотопея естественным образом встроена в этот механизм благодаря своей фонетической структуре. Любые звукоподражания органично вписываются в эту стратегию, поскольку многие стилистические средства, основанные на повторе, прямо связаны с их фонетической природой.

Одной из ключевых особенностей ономотопеи является её вариативность в зависимости от языка. Как подчёркивают С. И. Влахов и С. П. Флорин, «все общепринятые природные, зоонимические и механические звукоподражания (...) в разных языках имеют свои установленные звуковые формы» [2]. Например, русское “*кукареку*” воспринимается иначе, чем болгарское “*кукуругу*”, несмотря на минимальные фонетические различия. Эта наблюдаемая несопоставимость форм показывает, что ономотопея — не прямое копирование реального звука, а его языковая интерпретация.

Поэтому механическое сохранение звучания редко оправдано. Переводчик чаще обращается к подстановке, заменяя оригинальную ономотопею её функциональным аналогом в языке перевода.

Проблема осложняется ещё тем, что ономотопея в рекламе реализует игровые, эмоционально-оценочные и ритмические функции. Переводчику необходимо сохранять не только формальное звучание, но и прагматическую направленность единицы.

Наиболее продуктивным приемом считается подбор функционального аналога, обеспечивающего близкое звучание и сходный эффект. Когда такой эквивалент отсутствует, используются транскрипция, функциональная замена, добавление или опущение для компенсации потери звуковой образности [5].

Особую сложность представляют авторские ономотопы. С. И. Влахов и С. П. Флорин отмечают, что создаются целые ряды звукоподражаний, передающих тончайшие эмоциональные оттенки, рассчитанные на яркий стилистический эффект. В подобных ситуациях переводчик должен выступать в роли соавтора, создавая функциональный «звуковой эквивалент» [2].

Итак, ономотопея — это не просто выразительное средство, но и важный механизм смыслообразования и экспрессии. В рекламном дискурсе ономотопея проявляет высокий текстообразующий потенциал. В силу своей неуниверсальности она требует применения особых переводческих решений. Перевод ономотопеи охватывает не только выбор эквивалента, но и творческое моделирование звука в условиях другой языковой системы, а также требует максимального учёта стилистики, контекста и авторской интенции.

Литература:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – 2-е изд., стер. – М.: УРСС; Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
2. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе: монография. – М.: Р. Валент, 2009. – 360 с.

3. Воронин С. В. Фоносемантические идеи в зарубежном языкознании: очерки и извлечения. – Л.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1990. – 200 с.
4. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Лабиринт, 2001. – 304 с.
5. Фатюхин В. В. Особенности перевода звукоподражаний и междометных глаголов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. – М., 2000. – 184 с.
6. Beaugrande R., Dressler W. Introduction to Text Linguistics. – London: Longman, 1981. – 286 p.
7. Sowinski B. Deutsche Stilistik. – Frankfurt am Main: Fischer, 1991. – 345 p.

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ПЕРЕВОДЕ

С. И. Слонова

Новосибирский государственный технический университет, г.

Новосибирск, des1regame@yandex.ru

Научный руководитель: Проскурина А. В., д.филол.н., доцент

Статья посвящена анализу и переводу прецедентных феноменов с английского языка на русский на основе фильма «Fight club». Рассматривается типология прецедентных феноменов и способы их передачи при переводе с английского на русский язык. Анализ выделяет переводческие стратегии, которые помогают адекватно передать исходный культурный контекст прецедентов из фильма.

The article is devoted to the analysis and translation of precedent phenomena from English into Russian based on the film "Fight club". The typology of precedent phenomena and the ways of their transmission when translating from English into Russian are considered. The analysis highlights translation strategies that help to adequately preserve the original cultural context of the film's precedents.

Актуальность исследования обусловлена тем, что прецедентные феномены играют ключевую роль в формировании культурного пространства коммуникации и существенно влияют на успешность межкультурного взаимодействия. Их перевод осложнен различиями когнитивных и культурных картин мира, что нередко приводит к искажению смысла и утрате коммуникативного воздействия. В условиях глобализации и широкого распространения англоязычных медийных

продуктов проблема адекватной передачи таких феноменов становится особенно значимой.

Цель статьи – выявить особенности перевода прецедентных феноменов с английского на русский язык.

Для достижения цели исследования необходимо определить понятие и классификацию прецедентных феноменов, выявить их коммуникативные функции, проанализировать основные переводческие стратегии, сопоставить оригинальные реплики и их переводы, а также определить эффективность использованных приёмов.

Методы исследования: анализ литературы по теме исследования, текстовый анализ, сопоставительный анализ и предпереводческий анализ.

Теоретической базой исследования послужили труды Караулова Ю.Н., Красных В.В, Гудкова Д.Б. и других ученых.

Материал исследования – фильм «Fight club», режиссер Дэвид Финчер.

Понятие прецедентных феноменов занимает важное место в современной лингвокогнитивистике и лингвокультурологии, так как эти единицы отражают культурный опыт носителей языка и участвуют в формировании языковой личности. Согласно Ю.Н. Караулову, прецедентные феномены являются устойчивыми образцами языка и культуры, которые отражают совокупность значимых для национального сознания текстов, имен, высказываний и ситуаций. Эти феномены формируют индивидуальную языковую личность, участвуя в процессах соотнесения языковой и культурной памяти [2]. Они связаны с когнитивной базой носителя языка и выступают опорой для интерпретации текстов различной природы.

Ряд исследователей рассматривают из чего состоит понятие прецедентности и выделяют прецедентные тексты, имена, высказывания и ситуации, которые отображают культурно значимые знания и обеспечивают межтекстовые связи [1]. Такие единицы формируют культурную память коллектива и служат инструментом передачи социально значимых смыслов.

Кроме того, прецедентные феномены классифицируют по масштабу. Например, различают универсальные (знакомые любому человеку), национально-прецедентные (известные любому среднему представителю определённого сообщества) и социально-групповые прецеденты (известные любому среднему представителю социальной группы) [3].

Н. В. Смыкунова подчёркивает, что прецедентные феномены обладают высокой прагматической нагрузкой, поскольку вызывают

устойчивые ассоциации, доступные только при принадлежности к определённой культуре [5]. Они способствуют созданию дополнительного смысла, повышают выразительность речи и позволяют экономить языковые средства за счёт апелляции к общему культурному фону.

Особое значение прецедентные единицы приобретают в условиях межкультурной коммуникации, где они выполняют идентификационную, интертекстуальную, номинативную, и персуазивную функции. Однако такие единицы часто оказываются трудно переводимыми, поскольку их значение выходит за рамки прямой семантики и опирается на культурный контекст.

Проблема передачи прецедентных феноменов в переводе заключается в том, что английская и русская лингвокультуры обладают разными фоновыми знаниями, ценностями и культурными кодами. Как отмечают исследователи, переводчик сталкивается с необходимостью выбора между сохранением формы, смысловой точности и культурной узнаваемости [8]. В связи с этим используются различные стратегии: транскрипция, транслитерация, дословный перевод, генерализация, конкретизация, опущение и добавление и др. [4].

По наблюдениям современных переводоведов, выбор стратегии зависит от типа прецедентной единицы, её узнаваемости в целевой культуре и условий перевода (в кинотексте – от ограничений субтитров и ритма реплик). Наиболее приемлемыми считаются те решения, которые позволяют сохранить основную прагматическую и культурную функцию феномена, даже если формально структура высказывания изменяется.

Рассмотрим прецедентные феномены на примере фильма «Fight club». Данный фильм содержит множество культурных отсылок, брендовых названий, цитат и устойчивых формул. Так, брендовая сатира проявляется в сцене с космическими названиями корпораций: *The IBM Stellar Sphere. The Microsoft Galaxy. The Planet Starbucks* была переведена как «Звездная сфера «IBM». Галактика «Microsoft». Планета «Starbucks»», где сохранена структура предложения и транскрибированы имена брендов для передачи комического эффекта.

Потребительский код представлен через перечисление каталожных марок. Например, *Klipsk... Hovetrekke... Ohamshab... Ryslampa* превратилось в «Домашний кабинет «Klipsk»... диван «Ohamshab» с узором «Strinne»... каталоги «Horchow»». Данный пример сохраняет иронию «витринного» характера и узнаваемость объектов.

Бытовой афоризм о текстиле *Do you know what a duvet is? ... It's a blanket. Just a blanket* был передан как «Вы знаете, что такое дюве? ...

Это одеяло. Просто одеяло». В данном примере краткая экспликация сохраняет комизм и ритм реплики.

Авиационный блок с выражениями *single-serving friends; oxygen gets you high; calm as Hindu cows* переведен как «Одноразовые друзья», «Кислород опьяняет», «Спокойны как коровы в Индии». Данный пример обеспечивает краткость и ритмическую ясность, при этом часть религиозной коннотации теряется в пользу понятности.

Серия внутренних высказываний героя *I am Jack's cold sweat; I am Jack's wasted life* передана как «Я холодный пот Джека», «Я пропавшая жизнь Джека», где сохранена повторяемость синтаксиса и эффект внутреннего монолога, что делает фразы запоминающимися и узнаваемыми.

Наиболее узнаваемые прецедентные высказывания из фильма, такие как *First rule... second rule...*, в переводе на русский звучат как «Первое правило... Второе правило...». Перевод сохраняет ритм, анафору, а также обладает высокой цитируемостью вне фильма.

Проведенный анализ прецедентных феноменов в фильме «Fight club» показал, что успешный перевод и передача на русский язык требует комплексного подхода для сохранения культурного контекста. В зависимости от типа прецедентного феномена и особенностей его восприятия целевой аудиторией применяются различные переводческие стратегии такие, как калькирование, транскрибирование, функциональная эквивалентность и смысловая адаптация.

Таким образом, адекватная передача прецедентных феноменов при переводе требует не только использования лингвистических средств, но и наличия глубокой культурной компетенции, для обеспечения успешной межкультурной коммуникации. Такой подход позволяет русскоязычному зрителю полноценно понимать культурный контекст и иронию, заложенную автором в оригинальном фильме.

Литература:

1. Захаренко И. В., Красных В. В., Гудков Д. Б., Багаева Д. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация. – М.: Макс пресс, 1997. – С. 83.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. /Ю. Н. Караулов. М.: Наука, 1987. – 216 с.
3. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность?.– М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 175 с.

4. Марченко Т. В. Специфика становления прецедентного феномен (в аспекте межкультурной коммуникации) / Т. В. Марченко // Альманах современной науки и образования. 2008. № 2-1. С. 140–141.

5. Смыкунова Н. В. Прецедентные феномены в речевом общении русской языковой личности и процессе обучения русскому языку как иностранному: автореферат дис... канд. пед. наук: 13.00.02. М., 2003. – 52 с.

6. Fight Club (1999) English Subtitles [Electronic resource] // Subsource. - URL: <https://subsource.net/subtitle/fight-club-1999/english/2626431> (accessed: 10.11.2025).

7. Fight Club (1999) Russian Subtitles [Electronic resource] // Subsource. - URL: <https://subsource.net/subtitle/fight-club-1999/russian/2033853> (accessed: 10.11.2025).

8. Nida E. A. Towards a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating. – Leiden: E. J. Brill, 1964. – 130 p.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ В ТЕКСТАХ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

С. В. Стрельцова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, sofa37010@gmail.com**

Научный руководитель: Проскурина А. В., д.фил.н., доцент

В данной статье анализируются различные подходы к переводу терминов психологического дискурса для решения языковых и прагматических трудностей.

This article examines various approaches to translating psychological discourse terms to address linguistic and pragmatic difficulties.

В связи с возрастающей потребностью в психологической грамотности населения, значение перевода научно-популярных текстов в области психологии увеличилось. Качество перевода терминов определяет степень понимания реципиентом всего текста перевода. Актуальность настоящего исследования обусловлена нерешенностью вопроса о способах перевода психологических терминов.

Материалом исследования послужили 40 общенаучных и узкоспециальные терминов из книги Бессела ван дер Колка “The body

keeps the score” [9]. Перевод на русский осуществил Иван Чорный, озаглавив книгу «Тело помнит все» [5].

В настоящее время отсутствует общепринятое определение термина. В.М. Лейчик рассматривает термин как элемент научного аппарата и приравнивает к таким средствам познания, как научные приборы и инструменты. Ученый дает новейшее определение термина, связанное с развитием когнитивного терминоведения: «термин – это динамическое явление, которое рождается, формируется, углубляется в процессе познания (когниции), переходя от концепта – мыслительной категории – к вербальному концепту, связанному с той или иной теорией, концепцией, осмысляющей ту или иную область знания и деятельности». В ходе усложнения категоризации психологических явлений возникает проблема вариантности терминов, которую В.М. Лейчик сравнивает с «терминологическим взрывом» [8].

К языковым трудностям при переводе относится многозначность, вариантность и безэквивалентность терминов.

Полисемия – способность узкоспециальных терминов иметь в рамках одной области несколько значений. Термин “*ruminations*” (руминация) в психологии имеет два значения: 1) навязчивое многократное явление в сознании одних и тех же мыслей; 2) возвращение пережёванной пищи из пищевода в рот и повторное её проглатывание [1].

Омонимия – способность терминов иметь разное значение в зависимости от области применения. Например, термин “*agitation*” в психологии обозначает ажитацию, тревожное/двигательное возбуждение, а в политике – агитацию, продвижение идей.

Консубстанциональные термины и слова – основная проблема, с которой сталкиваются переводчики научно-популярных текстов по психологии. При совпадении формы термина и нетермина переводчику необходимо определить, в каком значении автором оригинала использовано многозначное слово: терминологическом или общеупотребительном. Например, термин “*collapse*” имеет как общеупотребительное значение – крах, падение, упадок, так и терминологическое – коллапс; двигательный ступор; потеря сознания; депрессия [1].

Проблема многозначности и вариантности снимается общим текстовым контекстом (замыслом автора) и лингвистическим контекстом (сочетаемостью языковых единиц). Согласно Колшанскому Г.В., «значения семантических единиц могут раскрываться только благодаря связи с другими семантическими единицами» [8].

Безэквивалентная лексика – термины и терминологические словосочетания, не закреплённые в словарях. Возникают в связи с

высокой скоростью пополнения научного психологического аппарата. В проанализированном отрывке использовано 5 безэквивалентных терминов. Например, психологический термин “agency” [9].

К прагматическим трудностям относятся разные реципиенты исходного и переведенного текста, которые в данном случае отличаются по уровню компетентности и способам концептуализации [10].

Научно-популярные тексты в области психологии требуют особого подхода к переводу терминологии. Важным механизмом в работе с текстом является адаптация материала к уровню компетентности читателя через упрощение лексики. Согласно Л.М. Алексеевой, используемые в тексте термины должны быть понятны для аудитории без извлечения посторонних ресурсов. [2].

Согласно Л.С. Выготскому адаптированный перевод означает изменение текста с учетом культурных и языковых особенностей целевой аудитории [3]. Например, перевод термина “*biological underpinnings*” [9] осуществлен с использованием исконно-русского «*биологическая подоплека*» [6]. Следствием этого процесса может являться развитие у слова нового оттенка значения под влиянием семантики другого языка.

Согласно С.В. Гриневу-Гриневичу, в случае отсутствия прямого эквивалента в языке перевода, следует использовать следующие приемы: заимствование иноязычного термина посредством транскрибирования или транслитерации с последующим кратким объяснением его значения; семантическое калькирование; структурное калькирование; описательный перевод [4].

Казакова Т.А. выделяет транслитерацию, калькирование, лексико-семантические модификации: сужение, расширение, эмфатизацию, нейтрализацию, описание и переводческий комментарий. В ходе анализа была использована классификация Казаковой Т.А. [6] (Рисунок 1).

В проанализированном тексте широкое распространение получил прием калькированного перевода с сохранением структуры оригинала (27%). Например, терминологическое словосочетание “*somatic symptoms*” [9] переведено как «*соматические симптомы*» [6], “*fight-or-flight response*” [9] – «*реакция «бей или беги»*» [6].

Вторым по частоте распространения является прием транслитерации или транскрипции (25%). Например, «*alexithymia*» [9] – «*алекситимия*» [6]. Преимуществом данного варианта перевода является сохранение латинского корня в составе слова. Это позволяет подчеркнуть его связь с научной сферой деятельности.

Описательный перевод (17%) встречается во многих рассмотренных случаях, значительно реже – переводческий комментарий (5%). При помощи скобок, сносок, внутритекстовых и затекстовых примечаний

переводчик раскрывает значение термина. Например, перевод психологического термина “agency” [9], как «*принадлежность (принадлежность действия или состояния субъекту – имеется в виду восприятие человеком того, что его жизнь принадлежит ему, зависит от него. – Прим. пер.)*» [6]. Психологический термин “a primary caregiver” переведен при помощи описательного перевода – «*тот, кто берет на себя основную заботу о них*», поскольку устоявшегося соответствия из области психологии для данного термина в русском языке нет. Недостатком приема описания и переводческого комментария является нарушение грамматической структуры предложения, а также визуальная перегруженность текста.

Для решения этой проблемы переводчик использует прием расширения значения термина (30%) и передает многогранное психологическое понятие при помощи общеупотребительного слова или выражения, частично жертвуя смыслом, однако адаптируя текст для неподготовленного читателя и сохраняя структуру предложения. Например, перевод терминологического словосочетания “suicidal ruminations” – «*суицидальные мысли*». Значение «навязчивого многократного явления в сознании одних и тех же (суицидальных) мыслей» редуцируется [1].

Прием расширения значения зачастую применяется в совокупности с приемом нейтрализации (6%). Вариант перевода «*стресс*» термина “distress” имеет более общее значение и не передает негативной коннотации дистресса, являющегося разрушительной формой стресса.

В практике перевода психологических терминов в научно-популярном тексте эмфатизация (7%) является наиболее удачным приемом перевода, поскольку использование красочных оборотов усиливает воздействие на читателя. Например, “the biological underpinnings of traumatic stress” – «*биологическая подоплека травматического стресса*». Преимущество использования исконно-русского, эмоционально-окрашенного слова «подоплека» вместо нейтрального эквивалента «обоснование» заключается в привлечении внимания читателей. Однако с точки зрения сочетаемости лексических единиц, вариант перевода «биологическое обоснование» является более корректным.

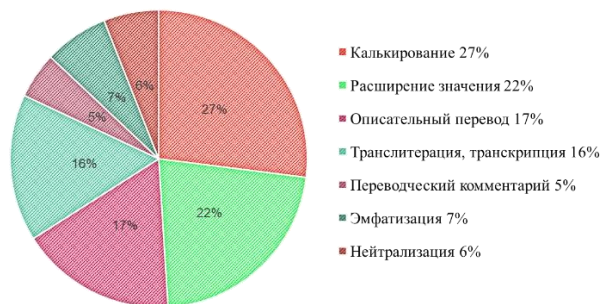


Рис. 1 – Частотность применения переводческих трансформаций

Таким образом, были рассмотрены основные приемы, применяемые при переводе терминов психологического дискурса. Широкое распространение приема калькирования и транслитерации обусловлено сохранением структуры исходной терминологической единицы, а также полноценной передачей ее значения. Частое использование приема расширения значения и описания обусловлено высокой степенью адаптированности термина для неспециалистов в области психологии.

Литература:

1. Акжигитов Г. Н., Акжигитов Р. Г. Большой англо-русский медицинский словарь (БАРМС). – М., 2005. – 1224 с.
2. Алексеева Л.М. Проблемы термина и терминообразования / Л.М. Алексеева. – Пермь: ПГНИУ, 1998. – 120 с.
3. Выготский Л.С. Мышление и речь. Изд. 5, испр. – М.: Лабиринт, 1999. – 352 с.
4. Гринев-Гриневич С.В. Терминоведение / С.В. Гринев-Гриневич. – М.: Академия, 2008. – 304 с.
5. Колк Бессел ван дер. Тело помнит все: какую роль психологическая травма играет в жизни человека и какие техники помогают ее преодолеть / Бессел ван дер Колк; перевод с английского И. Чорного. – М.: Эксмо, 2023. – 728 с. [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.cc/cQoiW2> (дата обращения: 12.10.2025).
6. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English <=> Russian. – СПб.: Издательство Союз, 2001. – 320 с. – (Изучаем иностранные языки).
7. Колшанский Г.В. Контекстная семантика / Г.В. Колшанский. – М.: Наука, 1980. – 151 с.

8. Лейчик В.М. Терминоведение. Предмет, методы, структура [Текст] / В.М. Лейчик. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
9. Bessel A. van der Kolk. The body keeps the score: brain, mind, and body in the healing of trauma, 2014. – 503 p. [Electronic resource]. – URL: <https://vk.cc/cQojqU> (accessed: 12.10.2025).
10. Christiane Nord. Text Analysis in Translation. Theory, Method, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis. Translated from the German by Christiane Nord and Penelope Sparrow. Amsterdam/Atlanta GA: Rodopi, 1991. – 250 p.

ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОГО КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА НА ОСНОВЕ ВСТРОЕННОЙ ФУНКЦИИ YANDEX-ПЕРЕВОДЧИКА (НА МАТЕРИАЛАХ ГРАФИЧЕСКИХ РОМАНОВ НИЛА ГЕЙМАНА)

В. А. Сычева

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, s.valeria2003@mail.ru**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д. фил. н., профессор

В статье представлены результаты исследования особенностей русского перевода английского креолизованного текста на основе встроенной функции Yandex-переводчика на материалах графических романов Нила Геймана.

The article presents the results of a study of the features of the Russian translation of an English creolized text based on the built-in Yandex translator function based on the materials of graphic novels by Neil Gaiman.

Актуальность данной темы связана с растущей популярностью веб-тунов, комиксов и графических романов, которые относятся к креолизованным текстам, и массовым использованием систем машинного перевода и нейросетей для их локализации.

Цель исследования – выявление особенностей русского перевода английского креолизованного текста на основе Yandex-переводчика с изображений.

Материалом исследования послужили графические романы Нила Геймана «Coraline» и «The Sandman. The Doll's House».

В век развития технологий креолизованный текст быстро набирает популярность, так как стал одним из источников быстрого восприятия информации. Он сочетает в себе две знаковые системы: вербальную (языковую) и невербальную (неязыковую), где удаление одного из

объектов меняет смысл или делает его неполным [7: 57]. Подобного типа текста в последнее время и требуют тщательного лингвистического анализа.

Креолизованные тексты имеют много классификаций, чаще всего это зависит от сферы их применения и степени зависимости между вербальной и невербальной системами. Лингвисты разделяют их по типу коммуникации (устный и письменный текст), по наличию гиперкода (присутствует или отсутствует в тексте), по количеству компонентов (два и более), по степени вовлеченности реципиента (минимальная, средняя, большая), по сложности композиции (простая и сложная), по типу социокультурной ориентированности (интеркультурные и транскультурные тексты), по роли изображения (изобразительно-центрические, интегративные, аддитивные, рецепционные и оппозитивные) [5].

Его ключевыми особенностями строения являются мультимодальность, целостность и когерентность, обеспечиваемые взаимодействием и взаимосвязью языковых и неречевых средств.

Комикс вобрал в себя следующие черты: устойчивая типизация персонажей; четкое разделение на добро и зло; условность и гиперболизация действий; преобладание внешнего конфликта над внутренним; серийность публикации; цикличность временной линии.

Большинство людей не читают креолизованный текст в оригинале, а пользуются онлайн-переводчиками. Одной из таковых является встроенная функция Yandex-переводчика.

Далее проведем анализ на материале нескольких отрывков из графических романов Нила Геймана «Coraline» и «The Sandman. The Doll's House» на нескольких уровнях: фонетико-фонологическом, лексико-семантическом и грамматическом уровнях. В добавок, рассмотрим лингвостилистические средства выражения.

В оригинале Нил Гейман использует фонологический уровень для создания некого ритма, имитации звуков животных, падения, открывания дверей и других вещей, которые передают атмосферу более ярко и живо в графическом романе. Такое звукоподражание называется ономотопея.

Ниже приведена таблица (Таблица 1), в которой представлены моменты употребления ономотопеи в графическом романе «Коралина»:

Таблица 1 – Примеры ономотопеи

Оригинал	Художественный перевод	Yandex-переводчик
1. Plop	Плюх	Plop
2. Clunk	Щелк	Clunk
3. Toodle Toodle	Тра-ля-ля	Дудл Уодл
4. Oompah Oompah	Тру-ля-ля	Умпа Умпа
5. Tik-Tik-Tik-Tik	Тик-тик-тик	Тик-тик-тик
6. Kreeee...eeaaak	Криии...иик	Kreeee...eeaaak
7. Click	Клик	Клик
8. Yawwwn	Ааааау	Зевок
9. Chakka Chatta	Чакка Чата	Чакка Чатта

Много звуков переводчики либо транслитерируют, либо подбирают функциональные аналоги на переводящем языке. Как видно в таблице, встроенная функция Yandex-переводчик распознала и перевела идентично или приблизительно некоторые слова, а с другими – не справилась. С некоторыми она не справилась из-за затруднений в распознавании картинок, так как встречались такие звуки, что были написаны сверху вниз по вертикали. Также в четвертом и пятом примерах переводчик адаптировал звуки и передал их через привычные аудитории слова *Тра-ля-ля* и *Тру-ля-ля*, которые, по мнению старого джентльмена, издавал его мышиный цирк, чтобы показать абсурдность мыслей пожилого человека.

Рассмотрим следующие примеры из отрывка «The Sandman. The Doll's House». В художественном переводе используется контекстуальный эквивалент *сказки*, который сразу задает жанровый регистр. Машинный перевод демонстрирует хаотичный подход. Сначала tales он перевел как *сказки*, потом *истории*, затем использовал некорректную транслитерацию *талег*. Из-за подобного перевода и несоблюдения жанрового единообразия стирается весь эффект такого приема как повтор (Рисунок 1).

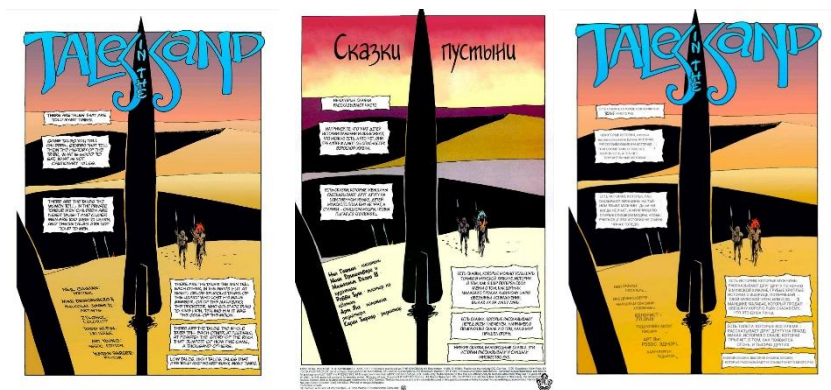


Рис. 1 – Отрывки из «The Sandman. The Doll's House»

На грамматическом уровне проанализируем представленные предложения.

Оригинал: *And in that city ruled a queen. And she ruled wisely... And the women would all silent.*

Художественный перевод: *Тем городом правила царица по имени Нада. Она правила мудро...И женщины умолкали.*

Yandex-переводчик: *И в том городе правила королева. И она правила мудро... И все женщины замолкали.*

В оригинальной сцене, где отец рассказывает сыну легенду, персонаж активно использует союз *and* в начале предложений. Такая конструкция характерна для повествовательного стиля, которая создает определенный ритм и атмосферу. Художественный перевод грамотно отказывается от дословного калькирования этой структуры, чтобы избежать нагромождения союзов *и*, которое звучало бы неестественно и неоправданно в русском языке. Вместо этого переводчик сохраняет ритм с помощью параллелизма и бессоюзной связи. В отличие от этого, машинный перевод в точности копирует грамматическую структуру исходного текста, что приводит к появлению громоздких конструкций, нарушающих нормы русского синтаксиса.

Далее рассмотрим примеры лингвистических средств выражения, так как различия здесь тоже заметны.

Оригинал: *... she was the most beautiful woman the sun had ever seen in his travels across the sky.*

Художественный перевод: *... она стала прекраснейшей из женщин, каких только видело солнце в своих небесных странствиях.*

Yandex-переводчик: *Она была самой красивой женщиной, которую солнце когда-либо видело в своих путешествиях по небу.*

Возьмем фразу из той же самой сцены *the most beautiful woman the sun had ever seen*. В художественном переводе, персонаж использует возвышенную лексику, что полностью соответствует мифологическому регистру оригинала. Машинный перевод передает смысл достаточно сухо и описательно. Данные эпитет и метафора теряют свою силу в буквальном переводе.

Оригинал: *Where, then, is the man for me?*

Художественный перевод: *Но где же найдется достойный меня?*

Yandex-переводчик: *Где же тогда мужчина для меня?*

В художественном переводе используется немного архаичная конструкция и производится замена слова *мужчина* на *достойный*. Слово *достойный* добавляет смысловой оттенок, которого нет в оригинале, но который идеально раскрывает характер гордой правительницы. Фраза *найдётся* стилизована под народную речь. В машинном переводе же мы видим лишенную стилистической обработки калькирование. Это грамматически правильный, но простой вопрос, в котором нет царственности, присущей персонажу.

Таким образом, проведенное исследование демонстрирует, что встроенная функция Yandex-переводчика с изображений, несмотря на способность осуществлять базовый перевод креолизованных текстов, не справляется с адекватной передачей их семиотической целостности. Алгоритм показывает системные ошибки на фонетико-фонологическом, лексико-семантическом и грамматическом уровнях, игнорируя жанрово-стилистические особенности и нарушая взаимосвязь языкового и неязыкового компонентов, что приводит к смысловым и эстетическим потерям.

Литература:

1. Алексеев А. В. К вопросу о жанровой специфике графического романа [Электронный ресурс] // Litera - 2025. - URL: https://www.nbpublish.com/library_read_article.php?id=75624 (дата обращения: 10.11.2025).
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. / Издательский центр «Академия» - М., 2003. – 128 с.
3. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет / Художественная литература – М., 1975. – 502 с.
4. Комовская Е. В. Жанровая специфика современного романа [Электронный ресурс] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук: научн. журн. - 2016. - URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-spetsifika-sovremennogo-romana/viewer> (дата обращения: 10.11.2025).

5. Маричев М. Д. Особенности креолизованного текста и его классификация [Электронный ресурс] // Е-SCIO: электрон. научн. журн. - 2022. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kreolizovannogo-teksta-i-ego-klassifikatsiya/viewer> (дата обращения: 08.11.2025).

6. Мусохранова А. А., Крапивкина О. А. Типология креолизованных текстов [Электронный ресурс] // European Student Scientific Journal: электрон. научн. журнал. - 2014. - URL: <https://s.sjes.esrae.ru/pdf/2014/3/12.pdf> (дата обращения: 08.11.2025).

7. Пищерская Е. Н. Креолизованный текст как объект изучения в лингвистике [Электронный ресурс] // Litera - 2023. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyi-tekst-kak-obekt-izucheniya-v-lingvistike/viewer> (дата обращения: 10.11.2025).

8. COM-XLIFE: [Электронный ресурс] - URL - <https://com-x.life/reader/14604/432940> (дата обращения: 13.11.2025).

9. MangaLIB: [Электронный ресурс]. - URL - <https://mangalib.me/ru/7500--the-sandman/read/v1/c1?p=2&ui=1153087> (дата обращения: 12.11.2025).

10. Structural, functional and linguistic features of the creolized text // Экономика и социум: [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/structural-functional-and-linguistic-features-of-the-creolized-text/viewer> (дата обращения: 26.10.2025).

11. BATCAVE.BIZ: [Electronic resource]. - URL - <https://batcave.biz/reader/12067/79914> (accessed: 13.11.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОЛОГИИ И СИНТАКСИЧЕСКИХ СТРУКТУР НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА В ОБЛАСТИ МЕДИЦИНЫ

С. И. Тимченко, О. Г. Шевченко

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, son.timchenko@gmail.com

Научный руководитель: Шевченко О. Г., к. ф. н., доцент

Настоящая статья посвящена анализу особенностей научно-популярного текста в области медицины и его перевода. В ходе исследования были рассмотрены особенности перевода терминов и синтаксических структур оригинала.

The article is devoted to the analysis of specific features of a popular science text in a field of medicine. The study was examined specific features of translation of terminology and syntactic structures of source text.

Медицина является одной из важнейших сфер человеческой жизни. В настоящее время выпускается большое количество разной литературы по медицинской тематике, в частности, литература, посвящённая серьёзным заболеваниям, к которым относится аллергия. Начинаясь переводчикам необходимо более точно подходить к переводу данного типа текста: углубленно изучать терминологию, аббревиатуры, специфику той области медицины, с которой они будут работать.

Актуальность исследования обусловлена отмечаемой многими исследователями настоящей потребностью более глубокого изучения научно-популярных текстов в области медицины, особенностей структуры данных текстов и их перевода. Перевод в данной области человеческой деятельности должен быть предельно точным, так как от этого зависит здоровье человека.

Объектом исследования являются научно-популярные тексты.

Предметом исследования являются особенности медицинской терминологии и специфика перевода научно-популярных текстов в области медицины.

Целью исследования является выявление терминологических и грамматических особенностей научно-популярных текстов на материале книги «Allergic: our irritated bodies in a changing world» Терезы Макфейл и его перевода на русский язык «Аллергия: жестокие игры иммунитета».

Согласно И.С. Алексеевой, задачей научно-популярного текста является донесение до читателя познавательной информации и одновременно увлечение его этой информацией. [1] Источником данного типа текста является специалист в научной области, реципиентом могут

быть все желающие узнать о какой-либо области подробнее. В научно-популярном тексте содержится большое количество когнитивной информации, выражающейся прежде всего в нижеперечисленных особенностях:

1) терминологии («hypersensitivity», «hay fever», «antacids», «commensal bacteria», «microbiota», «multiple sclerosis», «Helicobacter pylori» и т.д.).

2) средствах, обеспечивающих объективность изложения: пассивные конструкции («At first this idea was rejected, since many immunologists still believed that bad infections could trigger allergy, especially asthma»), неопределенно-личные («One could read any of the information here and use it») и безличные предложения, абсолютное настоящее, неличная семантика подлежащего.

Несмотря на большое количество терминологии, она подается в упрощенном варианте, например, при помощи разъяснений. Также в научно-популярном тексте редко можно найти сокращения.

Научно-популярный текст, кроме основной задачи донести новую информацию, значимую для читателей, должен еще увлечь реципиента. В тексте используются разные языковые средства для достижения этой цели. К ним относятся такие средства, как повествование от первого лица (его использует автор выбранного текста), разговорная лексика (идиомы вроде «so to speak»), инверсия, фразеологизмы, риторические вопросы («Get it?»).

Относительно перевода научно-популярных текстов, особенно в области медицины, переводчики часто прибегают к конкретизации терминов, разным видам калькирования, транслитерации и транскрипции [2].

При переводе научно-популярного текста переводчику необходимо помнить, что текст перевода предназначен для реципиента, который некомпетентен в той или иной области. Поэтому переводчик не должен оставлять без внимания все объяснения и примечания, данные автором исходного текста. [2]

Для медицинского текста характерны неличная форма глаголов, пассивные конструкции и номинализация, так как эти структуры помогают акцентировать внимание на новых и необходимых знаниях и наиболее информативных фрагментах. Медицинский текст отличается специфической терминологией, которую переводчику необходимо учитывать. Кроме того, в медицинском тексте есть термины, которые относятся к смежным специальностям, и переводчик должен на это обращать внимание. В медицинском тексте термины и точность их

перевода играют ключевую роль, поскольку каждая ошибка чревата серьезными последствиями для здоровья и даже жизни человека.

Как отмечает Е.А. Лаптева, одной из проблем при переводе медицинских текстов является перевод сокращений и аббревиатур, которые могут быть не зафиксированы в соответствующих словарях. [3]

В качестве примеров для исследования была взята 6 глава из книги «Allergic: our irritated bodies in a changing world» Терезы Макфейл и ее перевода на русский язык, на основе которых мы рассмотрели особенности перевода научно-популярного текста в области медицины.

В выбранном тексте присутствует большое количество терминологии, и это его главная лексическая характеристика. Мы рассмотрели термины и синтаксические особенности оригинала и его перевода (Табл.1):

Таблица 1 – Лексико-тематическая сетка текста

ИТ	ПТ
1. perennial allergies	1. круглогодичная аллергия
2. seasonal pollen allergies	2. аллергия на пыльцу
3. gut bacteria	3. кишечная бактерия
4. 12,13-diHOME	4. 12,13-diHOME (оксипипин).
5. Treg cells	5. Treg-клетки
6. inflammation	6. воспаление
7. corticotropin-releasing factor (CRF1)	7. кортикотропин-рилизинг-фактор (CRF1)

Термины 1 и 2 переводчик перевел эквивалентно. Мы сверялись со словарями «Мультитран» и «Glosbe». Термины под номерами 3 и 6 переводятся как «кишечная бактерия» и «воспаление», согласно «Мультитрану». Для терминов под номерами 4, 5 и 7 переводчик применил прием калькирования.

Перейдем теперь к анализу синтаксиса. Предложение «Study participants who had perennial allergies were more likely to also suffer from depression; if they had seasonal pollen allergies, they were far more likely to have anxiety.» является распространенным. Глагол «**to have**» относится к глаголам широкой семантики, у таких глаголов невеликая семантическая ценность. У глагола «**to suffer**», наоборот, узкая семантика. Как правило, в английском языке монорема располагается в начале, дирема зачастую появляется по ходу повествования предложения. В переводе «Испытуемые, жаловавшиеся на многолетнюю круглогодичную аллергию, были также с большей вероятностью подвержены депрессии, а те, кто страдал от аллергии на пыльцу, гораздо чаще сталкивались с повышенной тревожностью.» мы видим синтаксическое уподобление.

Предложения «Researchers at the University of California, San Francisco, discovered a link between three species of gut bacteria and the production of a fatty molecule called 12,13-diHOME.» и «That particular molecule lowers the number of Treg cells in our gut, cells that, as we've already seen, are crucial in keeping inflammation at bay.» являются распространенными полными. Что касается семантики, у слова «**species**» она достаточная узкая, к ней можно отнести и «**кулинарные специи**», и «**виды**», что мы наблюдаем в конкретном примере. Также следует отметить идиому «**to keep someone/something at bay**», которая обозначает «**держаться подальше от кого-либо/чего-либо**». Синтаксически эта идиома представляет собой предикат действия. В научно-популярных текстах идиоматические выражения встречаются часто, имея под собой задачу оживить повествование. Перевод данной идиомы в предложении «В нашем ЖКТ оксипилин снижает количество Treg-клеток, которые, как мы уже выяснили, играют решающую роль в сдерживании воспаления.» мы считаем корректным.

Предложение «Recent research performed at Michigan State University found that mast cells are highly responsive to one such hormone, called corticotropin-releasing factor (CRF1).» также является распространённым. Его перевод тоже можно отнести к нулевой трансформации. Здесь мы видим сложный термин, которому нужно авторское примечание для того, чтобы реципиенты имели представление о том, что собой представляют те или иные химические соединения или гормоны.

Таким образом, в ходе нашего исследования мы рассмотрели особенности научно-популярного текста, цель которого не только донести новую сложную информацию простым языком до неопытного читателя, но и увлечь его. Данный вид текста предназначен для всех желающих разобраться в вопросе. Мы также разобрали особенности синтаксических структур научно-популярного текста в области медицины и выяснили, что многие предложения в нем являются распространенными. Отдельно стоит медицинский текст, для которого первостепенна точность при переводе. Переводчик должен раскрывать примечания и понятия, дающиеся автором исходного текста.

Литература:

1. Алексеева И. С., Введение в переводоведение / И. С. Алексеева – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 352 с.
2. Алипичев А. Ю., Порческу Г. В., Сергеева Н. А., Специальная лексика в научно-популярном тексте и ее перевод текстов // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2 (113). С. 7-19.

3. Лаптева Е. А., Специфические особенности перевода научных текстов медицинского характера // Научные исследования: от теории к практике. 2014. С. 280-285.

СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ДИАЛОГИЧНОСТИ В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Д. М. Фоменко

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, daqa.fomenko.2002@gmail.com

Научный руководитель: Лелеп Л. В., ст. преп,

В данной статье рассматривается диалогичность научно-технического текста, средства ее создания и передачи, а также особенности их перевода с английского на русский язык.

This article discusses the dialogic nature of scientific and technical texts, the means of their creation and transmission, as well as the features of their translation from English into Russian.

Актуальность исследования обусловлена переходом современного научно-технического дискурса от монологичной, имперсональной формы изложения в сторону диалогичности. Изучение лингвистических средств, создающих эффект диалога с читателем, и разработка стратегий их адекватного перевода приобретают важное теоретическое и практическое значение в условиях интенсивного межкультурного обмена в научно-технической сфере.

Объект исследования: научно-технические тексты на английском языке и их перевод на русский язык.

Предмет исследования – лингвистические средства создания диалогичности и переводческие трансформации, применяемые для их передачи на русский язык.

Цель работы – определить основные средства выражения диалогичности в научно-техническом тексте и выявить способы их перевода с английского на русский язык.

Методы и приёмы исследования: индукция, дедукция, выборка, наблюдение и обобщение языковых и неязыковых средств, сопоставительный анализ.

Материалом исследования послужила книга Computational Electromagnetism: Variational Formulations, Complementarity, Edge Elements.

Коммуникация является одним из важнейших аспектов человеческого существования, и наука о языке активно исследует разнообразные формы взаимодействия человека с помощью слов. В рамках этой области особое внимание уделяется различию и взаимодействию таких понятий, как текст и речь, а также явлению диалогичности, отражающему многогранность коммуникативных процессов. В данной работе мы постараемся проследить основные характеристики и определения этих понятий, найти их общее и различное, а также проанализировать роль диалогичности в различных типах текстов. Такой подход поможет понять, каким образом люди реализуют коммуникацию в письменной и устной формах, и какие средства используют для этого.

Текст – связанная последовательность языковых средств, объединенных общей смысловой и структурной целостностью. Он предназначен для передачи информации или выражения мысли, и в широком смысле может включать как письменные, так и устные формы коммуникации.

Речь – единственный акт коммуникации, происходящий в конкретный момент времени. Она осуществляется именно между говорящим и слушающим при помощи языковых средств, и характеризуется своей динамичностью, актуальностью и личностной окрашенностью.

Теперь обратимся к тому, что объединяет эти два явления. И текст, и речь используют одни и те же языковые средства – слова, синтаксис, лексические конструкции – для осуществления коммуникативных целей. Они служат средством выражения и передачи смыслов, и оба реализуют коммуникативную функцию языка. Одновременно, как мы заметили, между ними существует определённое разграничение: текст – это более устойчивое образование с внутренней связностью, тогда как речь – это актуальное, зачастую ситуативное и более эмоциональное проявление языка. По сути, речь является актом проявления текста, а текст – результатом и продуктом речи, зафиксированным для дальнейшего использования и анализа.

Переходя к более сложным феноменам, отметим, что в рамках коммуникации существует особая форма взаимодействия – диалог. *Диалог* – это форма обмена репликами между двумя или несколькими участниками, направленная на взаимное понимание, обсуждение или решение определенной задачи.

Далее рассмотрим, как диалог проявляется в письменных текстах. В отличие от устной речи, где диалог осуществляется прямо и моментально, в письменных источниках диалог предстает в виде реплик, выделенных отдельными средствами оформления.

Диалогичность – речетекстовая категория, содержанием которой является взаимодействие адресанта с другим (другими) лицами.

Представляет собой реализацию коммуникативной языковой функции в речевой и текстовой материи. Универсальна, в разных функциональных стилях речи варьирует. [2]

Стоит отметить, что диалогичность может проявляться в различных формах и на разных уровнях коммуникации. В художественной литературе она раскрывается через диалоги персонажей, а также внутренние диалоги, внутренние монологи, создающие многогранность и глубину образа. В научных текстах, кроме прямого цитирования, диалог осуществляется через дискуссионные схемы, противопоставление точек зрения, вопросы и ответы, что способствует структурированию и дополнению информации. Таким образом, диалогичность реализуется как в художественном, так и в научно-техническом текстах, хоть и с разным уровнем интенсивности.

Теперь рассмотрим особенности научно-технического текста. Такой текст предназначен для передачи научных знаний и характеризуется точностью, логичностью, объективностью и строгой структурированностью. В нем используются специальные термины, формулы, схемы и таблицы, что обеспечивает ясность и однозначность передачи информации. Цель – представить знания так, чтобы они были понятны специалистам и легко воспроизводились.

Несмотря на строгие стандарты, диалогичность в научно-техническом тексте присутствует. Как утверждает З.Э. Савич в своей работе: «диалогичность свойственна любому научному тексту, научной речи вообще. Она реализуется через метатекстовые средства, не только привлекающие внимание читателя к значимым фрагментам научного дискурса, но и позволяющие структурировать информацию» [3].

Средства диалогичности в тексте включают обращение к читателю (*внешняя диалогичность*), например, через вопросы и призывы, и *внутреннюю диалогичность*, которая проявляется в цитировании, упоминании чужих мнений или использовании различных точек зрения. Также к средствам относятся местоимения "я", "ты", "мы", глаголы в первом и втором лице множественного числа (например, "возьмем", "найдем") и использование прямой, косвенной или несобственно-прямой речи.

Лексико-грамматические средства:

1) Использование местоимений 1-го лица мн. числа (we, our, us): Создает эффект соучастия (*So we are dealing with a different concept here, that of unordered pair.* [4] – Таким образом, здесь **мы** имеем дело с другой концепцией, а именно с неупорядоченной парой.).

2) Риторические вопросы: Прямое обращение к аудитории, активизация мыслительного процесса (*Did you feel confused by this argument?*[4] – *Вас смутил этот аргумент?*).

3) Побудительные конструкции и директивы: Часто встречаются в инструкциях и рекомендациях (***Don't confuse Vn and IRn, however, as already explained.***[4] – *Однако, как уже объяснялось, не путайте Vn и IRn.*).

4) Модальные глаголы и слова с семантикой необходимости/возможности (*should, could, it is necessary to*): Указывают на совместное с читателем оценивание ситуации. (*Note the unexpected gradients, which **should** be interpreted in the sense of distributions when ϵ or μ are discontinuous.*[4] – *Обратите внимание на неожиданные градиенты, которые **следует** интерпретировать в смысле распределений, когда ϵ или μ являются прерывистыми.*)

Анализ переводов показал, что прямой, пословный перевод часто невозможен или нецелесообразен из-за различий в языковых нормах и стилистических традициях. Были выявлены следующие основные способы перевода диалогичности на русский язык:

1) Калькирование (прямой перевод риторических вопросов):

Is that still true if we replace the strong operators by the weak ones?[4] – *Останется ли все по-прежнему верно, если мы заменим сильных операторов слабыми?*

2) Функциональная замена:

Английское *we* часто переводится на русский язык как безличная или неопределенно-личная конструкция. Это считается нормой для русского научного стиля, хотя тенденция к использованию «мы» усиливается.

*Indeed, **we** shall have to spend some time on correcting some drawbacks of the local differential formulation*[4]. – *Действительно, **нам** придется потратить некоторое время на исправление некоторых недостатков локальной дифференциальной формулировки.*

Замена активного залога пассивным для соответствия традициям русской научной речи:

*To analyze such a physical system, **we** may consider it as made of two compartments...*[4] – *Чтобы проанализировать такую физическую систему, можно рассматривать ее как состоящую из двух отсеков...*

Итак, подводя итог, можно отметить, что диалог и диалогичность играют важную роль в формировании коммуникативных стратегий человека и в структуре текстов различных видов. В научно-технических текстах он служит более структурированным диалогическим способом уточнения и развития научной идеи. Понимание этих особенностей

способствует более глубокому анализу коммуникационных процессов и совершенствованию способов передачи информации.

Литература:

1. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – С. 562
2. Савич З. Э. К вопросу о категориях диалогичности и монологичности текста / З. Э. Савич // Thesaurus: зб. наук. пр. / Магілёўскі інстытут МУС. – Магілёў, 2015. – Вып. 1. – С. 184–188. [Электронный ресурс] // – URL: http://elib.institutemvd.by/handle/MVD_NAM/1918 (дата обращения: 28.11.2025).
3. Bossavit A. Computational Electromagnetism: Variational Formulations, Complementarity, Edge Elements. – New York, 2011. – 390 p.

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ СОБЫТИЙ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕРЕВОДНОМ ДИСКУРСЕ

И.С. Фошин, С.В. Фомин

**Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала
армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии
Российской Федерации,**

г. Новосибирск, vpokcadet@gmail.com

Научный руководитель: Помуран Н. Н., к.псих.н., доцент

В статье анализируется репрезентация ключевых событий Великой Отечественной войны в англоязычном переводном дискурсе и роль перевода в сохранении исторической памяти русского народа.

This article examines how the key events of the Great Patriotic War are represented in English-language translated discourse focusing on the role of translation in shaping Russian historical memory.

Великая Отечественная война занимает исключительное место в историческом сознании России. Значительная часть культурного кода, национальной идентичности и коллективной памяти опирается на художественные и документальные свидетельства этих событий. Многие из них приобрели статус прецедентных событий, хорошо известных широкому кругу носителей языка и отражающих культуру данного общества [2, с.16].

В условиях глобальной коммуникации актуальным становится вопрос: насколько эти события представлены в англоязычном переводном дискурсе, который выполняет роль канала межкультурной трансляции исторической памяти.

Цель исследования — проанализировать корпус переводов на английский язык произведений отечественной литературы о Великой Отечественной войне, содержащих описание ключевых прецедентных событий, определить степень их репрезентативности в англоязычном культурном пространстве благодаря переводу.

Н.К. Гарбовский подчеркивает, что перевод образует особую часть дискурсивного пространства принимающей культуры, отличающуюся от оригинального дискурса специфическими признаками и механизмами функционирования. Переводной дискурс не совпадает с системой языка-реципиента и сохраняет следы «чужого» текста — прежде всего через переводческую интерференцию.

Ученый отмечает, что переводные тексты:

- занимают особое положение в принимающей культуре,
- могут функционировать как культурные посредники,
- могут влиять на словесность принимающего языка,
- не полностью растворяются в принимающем языке, сохраняя следы «чужого» дискурса [1].

Эти положения особенно важны при переводе исторически значимых произведений о войне, так как они несут не только эстетическую, но и национальную, мемориальную нагрузку.

Согласно исследованию Т.А. Лавриненко, проведенному на основе подсчета апелляций к текстам о ВОВ, выделены ключевые события, получившие статус прецедентных в русском культурном сознании:

- оборона Брестской крепости (24% апелляций),
- подвиг панфиловцев (13% апелляций),
- битва за Москву (10% апелляций),
- блокада Ленинграда (9%),
- Сталинградская битва (8%),
- Курская битва (8%) [3].

Проанализируем степень их представленности в англоязычном переводном дискурсе.

Ни одна из значимых книг о подвигах панфиловцев («Панфиловцы» Селиванова, «Подмосковный караул» Кривицкого и др.) и о Курской битве не переведена на английский язык. Это снижение репрезентативности объясняется историческими и идеологическими факторами, а также особенностями спроса англоязычной аудитории.

Частично представлены такие прецедентные события, как оборона Брестской крепости и битва за Москву. Из множества произведений об обороне Брестской крепости на английский язык переведены повесть Б. Васильева «В списках не значился» (*His Name Was Not Listed*, 1978 в переводе Robert Daglish) и книга С. Смирнова «Герои Брестской крепости» (*Heroes of Brest Fortress* в переводе Robert Daglish). Битва за Москву отражена в переводах произведения «Волоколамское шоссе» А. Бека (*Volokolamsky Highway*, перевод издательства Foreign languages press), а также в произведении о маршале Г. Жукове, которое в англоязычном пространстве получило название *Marshal Zhukov's Greatest Battles* (перевод Theodore Shabad).

Достаточно хорошо представлено событие блокады Ленинграда в переводах книг «Записки блокадного человека» Л. Гинзбург (*Notes from the Blockade* перевод издательства Vintage Classics и *Blockade Dairy* перевод издательства Random House UK), «Блокадная книга» А. Адамовича и Д. Гранина (*Leningrad Under Siege: First-hand Accounts of the Ordeal* перевод издательства Pen and Sword Military), «Дневные звезды» О. Берггольц (*Daytime Stars* в переводе Lisa A. Kirschenbaum).

Наиболее широко представлена в переводах на английский язык Сталинградская битва. Переведены такие произведения как «В окопах Сталинграда» В. Некрасова (*Front-line Stalingrad* перевод издательства Pen and Sword Military), серия книг «Сталинград» В. Гроссмана (*Stalingrad* в переводе издательства Pen & Sword Military), «Горячий снег» Ю. Бондарева (*The Hot Snow* перевод Robert Daglish),

Таким образом, англоязычный читатель имеет доступ к фрагментарной картине войны. Некоторые ключевые для русской культуры события, частота апелляций к которым, согласно исследованию, наиболее высока, – подвиг панфиловцев и битва за Москву – остаются за пределами международного культурного поля.

Перевод прецедентных событий играет фундаментальную роль по ряду причин. Художественные произведения — один из ключевых механизмов популяризации исторических знаний. Отсутствие переводов приводит к информационному вакууму, а значит — к искаженному представлению об участии СССР во Второй мировой войне, где центральным событием для западной памяти остаются Нормандия и битва за Британию, но не Курск, Москва или блокада Ленинграда.

Анализ позволяет выделить комплекс факторов, из-за которых произведения о наиболее значимых событиях ВОВ не были переведены на английский язык.

Во-первых, период Холодной войны привел к снижению интереса западных издательств к произведениям, укреплявшим образ СССР как

народа-победителя. Подвиг панфиловцев — яркий пример советского патриотизма, что делало перевод произведений о событии идеологически нежелательным.

Кроме того, англоязычному читателю плохо знаком контекст: что такое Брестская крепость, Панфиловская дивизия. Издательства предпочитают переводить то, что уже имеет «бренд» — например, Stalingrad или Leningrad Siege. Продвигать произведения о неизвестных событиях трудно.

И наконец, советская военная проза часто насыщена риторикой долга, символами коллективной героики и другими культурно специфическими реалиями. Перевести это без утраты смысла и без избыточной «чуждости» (по Гарбовскому) очень сложно.

Переводные тексты о войне образуют особый пласт англоязычного дискурса, в котором национальная память России вступает в контакт с восприятием международной аудитории. От того, какие произведения будут переведены, зависит структура этого дискурса. Перевод — не только лингвистический акт, но и акт культурной интеграции, где решается, что именно Россия показывает миру о своей истории.

Предметом новых исследований может стать изучение переводческих интерференций (по Н.К. Гарбовскому) при переводе произведений о прецедентных событиях ВОВ с русского на английский язык. Подобный анализ позволит прояснить механизмы адаптации и искажения прецедентных событий в англоязычной культурной среде.

Литература:

1. Гарбовский Н. К. Перевод и «переводной дискурс» // Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. — 2011. — № 4. — С. 3–19.

2. Караулов Ю. Н. О русском языке зарубежья // Вопросы языкознания. — 1992. — №6. — С. 5–18.

3. Лавриненко Т. А. Прецедентные события времен Великой Отечественной войны в современном русском языковом сознании // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2007. — № 1. — С.46–48.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА В СФЕРЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

А. Е. Цыбикова

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, tsybikova-a@internet.ru

Научный руководитель: Осолодченко М. Н.

В статье рассматриваются особенности перевода текстов в научно-популярном подстиле по искусственному интеллекту с английского на русский, уделяя внимание основным языковым и стилистическим трудностям. Исследование основано на материале книги Стивена Даггэна «AI in Education: Change at the Speed of Learning».

The article addresses the translation of popular science text on artificial intelligence from English to Russian, focusing on key linguistic and stylistic challenges. The study is based on Steven Duggan's book AI in Education: Change at the Speed of Learning.

Вследствие все более стремительного развития цифровых технологий, к которым в первую очередь относится искусственный интеллект (ИИ), увеличилась необходимость перевода источников по данной тематике, предназначенных для тех, кто далек от темы искусственного разума.

Тексты научно-популярного стиля создаются авторами для того, чтобы представить широкому кругу читателей те или иные научные знания и новые теоретические подходы в таком виде, чтобы они могли заинтересовать неспециалиста в данной области и могли быть им поняты на достаточном уровне. Такие работы содержат ряд специфических черт, и, как следствие, переводчик, работая с ними возможно столкнется с какими-либо сложностями.

Актуальность темы обусловлена растущим интересом к внедрению современных технологий в систему образования. В условиях быстрого развития сферы искусственного интеллекта и необходимости донести сложные научные идеи до широкой аудитории, особое значение приобретает способность автора передавать информацию ясно, доступно и интересно. Высокая информационная плотность книги позволяет максимально эффективно информировать читателей о современных достижениях в области ИИ, способствуя их пониманию и заинтересованности.

Материалом исследования послужила научно-популярная книга, написанная на очень актуальную тематику искусственного интеллекта «Искусственный интеллект в образовании: Изменение темпов обучения»

(AI in Education: Change at the Speed of Learning). Автор этой англоязычной работы Стивен Даггэн (Steven Duggan) Переводчик – А. Паршакова.

Научно-популярный стиль является особой формой изложения, предназначенной для доведения научных знаний до массового читателя. Его основная миссия – сделать сложную научную информацию понятной и привлекательной для обычного человека. Он применяется при создании статей для журналов и газет, написании книг, а также в устных выступлениях, таких как лекции и телепередачи. Этот стиль сочетает в себе «элементы художественного, публицистического и научного» [5].

Научно-популярный подстиль, являясь частью научной коммуникации, демонстрирует заимствованные из научной литературы характеристики, а именно: «ясность, полноту, точность, логичность и доказательность» [3]. При переводе «необходимо соблюдать равновесие между научной достоверностью и доступностью стиля, чтобы не перегружать текст специальными терминами и поддерживать вовлеченность читателя» [1].

Отличительная особенность работ, написанных в данном стиле, является то, что в нем присутствуют элементы, как относящиеся к разговорному стилю, так и различные средства художественной образности, например метафоры. Переводчик должен учитывать данные моменты, в первую очередь, если создает тексты, предназначенные для читателей, которые могут быть недостаточно осведомлены в этой сфере.

В ходе осуществления перевода текста на тему ИИ у специалиста может возникнуть проблема определения степени информационного ресурса, который ассоциируется «коммуникантами с тем или иным языковым знаком или обозначаемым им объектом действительности» [4]. Данный объем материала индивидуален для каждого реципиента и важно осознавать, что читатель не является специалистом в данной области и принимать во внимание его возможный информационный запас. Благодаря этому объем и содержание определенной информации, которые подлежат передаче, были усвоены в полной мере. Тексты, посвященные технологиям ИИ, которые относятся к научно-популярному стилю, характеризуются тем, что в них используется специализированная лексика и термины, не всегда понятные массовому читателю.

Анализ переводческих трансформаций был сделан по В. Н. Комиссарову. Он выделял несколько типов переводческих трансформаций, таких как «лексические, грамматические и лексико-грамматические» [3].

Приведем отдельные примеры подобных трансформаций.

Оригинал: «*UNESCO ITE. (2020). AI in Education: Change at the Speed of Learning. UNESCO ITE Policy Brief. Author: Steven Duggan. Editor: Svetlana Knyazeva*» [7].

Перевод: «*Искусственный интеллект в образовании. Изменение темпов обучения. Аналитическая записка ИИТО ЮНЕСКО / Стивен Даггэн; ред. С.Ю. Князева; пер. с англ.: А.В. Паршакова. - Москва: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2020*» [2].

В данном случае применено **калькирование**, поскольку для данной аббревиатуры не существует непосредственного соответствия в русском языке. Составные части фразы переводятся соответствующими элементами переводящего языка.

Говоря о **грамматических трансформациях**, проиллюстрируем их следующими примерами.

Перестановка.

Оригинал: «*Data and Analytics can also support effective teamwork across a school*» [7].

Перевод: «*Данные и аналитика также могут повышать эффективность командной работы в школе*» [2].

Как видно при сравнении текстов оригинала и перевода, несколько изменен порядок слов. Это предназначено для того, чтобы текст перевода звучал более естественно.

Говоря о **лексико-грамматических трансформациях**, можно отметить, что, в частности, применяется такой прием, как **конкретизация**, грамматическая замена пассивных конструкций.

Оригинал: «*AI solutions can be used to lower energy costs ...*» [7].

Перевод: «*Технологии ИИ можно применять для снижения затрат на оплату электроэнергии ...*» [2].

Конкретизация: «*lower energy costs*» → «снижения затрат на оплату электроэнергии». Здесь происходит уточнение, что речь именно о затратах на оплату электроэнергии, а не просто «энергетических затрат» или «расходов».

Грамматическая замена пассивной конструкции «*can be used to lower*» применяется для достижения адекватности текста перевода, чтобы максимально точно передать содержание оригинала при соблюдении норм переводящего языка. Это связано с различиями в формальных семантических системах языка оригинала и языка переводящего.

Подводя итог, необходимо отметить, что на примере книги Стивена Даггэна выявлены ключевые переводческие трансформации, относящиеся к трем основным типам трансформаций: такие как

калькирование, конкретизация, компенсация, перестановка предложений и ряд других.

Итак, поскольку в настоящий момент происходит стремительное развитие технологий ИИ, как следствие, появляются новые понятия и термины в этом направлении. Часть из них может быть неизвестна читателям, чьим основным языком является русский. Принимая это во внимание, переводчику необходимо учитывать эти факты и выполнять перевод текстов подобного типа с соблюдением всех норм переводческой деятельности.

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 352 с.
2. Даггэн С. Искусственный интеллект в образовании: изменение темпов обучения. Аналитическая записка ИИТО ЮНЕСКО / С. Даггэн; ред. С.Ю. Князева; пер. с англ. А.В. Паршакова.-М.: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2020. - 60 с.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Высш. шк., 1990. - 253 с.
4. Маевский Н. Н. Особенности научно-популярного стиля. - 1979. - 25 с.
5. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. - М.: Московский Лицей, 1996.- 46 с.
6. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Флинта: Наука, 2006. – 696 с.
7. Duggan S. AI in Education: Change at the Speed of Learning. UNESCO IITE Policy Brief / S. Duggan; ed. S. Knyazeva. - Moscow: UNESCO IITE, 2020.-60 p.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЦИЗМОВ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА С НЕМЕЦКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Е. В. Черняева

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, katechilli15@gmail.com

Научный руководитель: Гюнтер А. А.

В данной статье рассматриваются особенности англицизмов при переводе с немецкого на русский язык. На материале статьи «Über den Boom von Reisedokus. Die Vermarktung der Selbstfindung» анализируются стратегии и трансформации, применяемые для передачи заимствований. Источником статьи является Deutschlandfunk.

This article examines the peculiarities of translating Anglicisms from German journalistic texts into Russian. Using the article "Über den Boom von Reisedokus. Die Vermarktung der Selbstfindung" as a case study, it analyzes the strategies and transformations employed to convey borrowings.

Активное проникновение англицизмов в немецкий язык, особенно в медиасфере, представляет особую задачу для переводчика. Актуальность работы обусловлена необходимостью систематизации подходов к переводу лексики в условиях глобализации.

Целью исследования является проанализировать особенности и выявить основные стратегии перевода англицизмов в немецком публицистическом тексте на русский язык.

Объектом исследования выступает публицистический текст на немецком языке.

Предметом исследования является англицизмы в немецком публицистическом тексте и способы их перевода на русский язык.

Исследование опирается на работы, посвященные особенностям немецкой газетно-публицистической речи и функционированию англицизмов в современном немецком языке (А.Д. Усольцева). При этом мы исходим из понимания публицистического текста как стиля, выполняющего не только информативную, но и воздействующую функцию, для которого характерны клишированность, оценочность и актуальность. В условиях глобализации его неотъемлемой чертой становится насыщенность англицизмами, выступающими, по словам А. Д. Усольцевой, «маркером современности» [1, с. 45], что и ставит специфические задачи перед переводчиком. В работе применялись следующие методы: предпереводческий анализ текста, сравнительно-

сопоставительный анализ оригинала и перевода, контекстуальный анализ.

Практический анализ показал, что выбор стратегии перевода англицизмов зависит от степени его интеграции в язык-реципиент и коммуникативной задачи.

Прямое заимствование было использовано как стратегия при переводе таких англицизмов как «Blogs», «Youtube», «Streetart». Переведено как «блоги», «Youtube», «стрит-арт».

В следующем примере выгодно применить калькирование и описательный перевод: используется для передачи семантики неочевидных или специфичных понятий, иногда с пояснением.

Примерами являются существительные: Термин *Burn-out* переведён как «выгорание». «Locals» переведено как «местные жители».

Переводчик должен выполнить две задачи: во-первых, оценить степень ассимиляции заимствованного слова, а во-вторых — выбрать стратегию перевода, которая будет уместна для публицистического жанра и понятна целевой аудитории.

При переводе следующего примера выгодно применить грамматическую и лексико-семантическую адаптацию (модуляция): Необходима для компенсации различий в системах языков и достижения естественности. В пример можно привести глагол «boomen». Он переведен при помощи описательного оборота «становятся популярными».

Сохранение стилистического регистра: особенно важно при переводе прямой речи, где англицизмы часто служат маркером неформального тона. В данном случае подойдёт пример: «Leute, ... ihr müsst euch selber filmen», где «filmen» выступает в качестве англицизма.

Перевод англицизмов в немецкой публицистике требует от переводчика дифференцированного подхода, основанного на анализе степени ассимиляции слова, его функции в тексте и наличия устоявшегося эквивалента в русском языке.

Наиболее эффективной является комбинация стратегий (прямое заимствование, калькирование, описательный перевод, модуляция), что позволяет адекватно передать как смысл, так и стилистические нюансы оригинала.

Проведенный анализ подтверждает высокую практическую значимость темы для переводчиков, работающих с актуальными медиатекстами, где англицизмы выступают ключевым элементом современного дискурса.

Литература

1. Усольцева А. Д. Особенности функционирования англицизмов в современном немецком языке // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2020. – № 4.
2. Masurczak P., Westhäußer L. Über den Boom von Reisedokus. Die Vermarktung der Selbstfindung [Electronic resource]. – URL: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/ueber-den-boom-von-reisedokus-die-vermarktung-der-100.html> (accessed: 21.11.2025).

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА КУЛЬТУРНО-ОБУСЛОВЛЕННЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В АМЕРИКАНСКИХ СИТКОМАХ

Э. Н. Шахмурадова

**Новосибирский государственный технический университет,
shaxmuradova.2022@stud.nstu.ru**

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Статья рассматривает стратегии перевода культурно-обусловленных элементов в американских ситкомах. Анализируются особенности культурных реалий, сленга, идиом и сценариев, а также основные трудности их передачи в аудиовизуальном переводе.

The article examines strategies for translating culture-specific elements in American sitcoms. It analyzes cultural references, slang, idioms, and scripts, as well as the main challenges of conveying them in audiovisual translation.

Американские ситкомы представляют собой не только популярный развлекательный жанр, но и важный социокультурный феномен, который отражает характерные черты американского общества, механизмы его функционирования и особенности повседневного общения. Как подчеркивает Л. Венути, массовая культура формирует у зрителя определенные модели восприятия и культурные ожидания, и ситкомы ярко демонстрируют эту функцию [4]. Ситкомы фиксируют и формируют культурные коды американского общества. Поэтому перевод таких произведений требует от переводчика глубокого понимания культурного контекста, что неоднократно подчеркивалось в исследовании М. Бейкер [1].

В структуре ситкомов культурно-обусловленные элементы (КОЭ) выполняют ключевую функцию: они создают узнаваемость среды, аутентичность поведения персонажей и поддерживают комический эффект за счет использования отсылок, аллюзий, мадленов культурной памяти, социальных клише и устойчивых языковых моделей. Как

отмечает М. Бейкер КОЭ могут содержать как явную, так и скрытую культурную маркированность, что определяет стратегию их передачи в переводе [1]. Они выступают в качестве знаков американской культурной среды, без которых ситком теряет значительную часть своей художественной идентичности.

Ситкомы отличаются высокой скоростью диалогов, ритмической плотностью речевых актов и частотой смены комических ситуаций, что осложняет перевод. Каждая реплика, даже короткая и внешне «простая», часто несет культурный смысл, который достигим только через знание социального контекста. Например, понятия вроде prom, homecoming, Thanksgiving, playoff, mac and cheese, IRS, frat house несут культурную нагрузку, связанную с американской системой образования, праздниками, бюрократическими структурами и бытовыми привычками. Как отмечает Д. Дейнес, ситкомы активно используют такие реалии для создания комической атмосферы [2]. Поэтому при переводе ситкомов переводчик вынужден одновременно учитывать несколько уровней информации - лингвистический, культурный, визуальный, паралингвистический, интонационный и комический.

Мультимодальность аудиовизуального текста задает дополнительные барьеры. По наблюдению Дж. Диас-Синтаса, аудиовизуальный перевод связан с жесткими временными и техническими ограничениями: субтитры должны быть краткими, легко читаемыми и синхронизированными с видеорядом, а дубляж должен соответствовать движению губ и темпу речи [3]. Это означает, что любой культурный элемент должен быть передан в максимально компактной форме. Однако компактность не должна разрушать смысл. Переводчик должен решить, какой аспект смысла является наиболее значимым: культурная специфика, юмор, экспрессивный эффект, характер персонажа или плавность восприятия.

КОЭ обладают сложной структурой: денотативным значением, коннотативными оттенками, прагматической установкой и жанровой функцией, что объясняет необходимость использования разнообразных стратегий перевода. Как подчеркивает М. Бейкер, переводчески сложные элементы требуют гибкого применения нескольких подходов адаптации [1]. Так, ретенция применяется при передаче названий телепередач, брендов, имен, названий университетов, географических объектов. Она позволяет сохранить интертекстуальные связи и культурное восприятие исходной единицы. Однако ретенция не всегда оптимальна: например, американские школьные и студенческие реалии требуют адаптации, поскольку российская образовательная система имеет иные структурные и социальные характеристики. Именно здесь уместна генерализация,

например перевод *frat* как «студенческое сообщество» или «студенческий клуб», что помогает зрителю получить правильное представление об объекте.

Культурная субституция часто применяется в ситуациях, когда прямое воспроизведение реалии будет непонятным. Например, если герой шутит о SAT как об экзамене, определяющем будущую карьеру, перевод «вступительные экзамены» передает тот же смысл, вызывая у русского зрителя понятную ассоциацию. Такой перевод не претендует на буквальность, но обеспечивает адекватность восприятия. Проблемы возникают, когда культурная реалья встроена в игру слов или шутку. В этом случае требуется прагматическая адаптация: например, выражение *vanilla* в значении «предсказуемый, скучный» можно передать через «банальный», «обычный», «никакой», «скучный», в зависимости от тона сцены и характера персонажа.

Сленг является одной из наиболее труднопереводимых категорий КОЭ. Его особенностями являются ситуативность, эмоциональная окрашенность, социальная маркированность. Например, реплика *Dude, that's so awkward* несет не только эмоциональную реакцию, но и элемент молодежного стилистического поведения. Поэтому варианты «Чувак, это так неловко» и «Бро, ну это кринж» отражают разные уровни разговорности и разные аудитории, но оба являются корректными решениями.

Сложную задачу представляет передача эмодзи, мемов и интернет-культурных маркеров, которые формируют значительную часть современного юмора. Поскольку визуальные элементы не могут быть переданы в субтитрах напрямую, переводчик должен компенсировать их смысл через подбор аналогичных по экспрессии выражений. Примером является реплика *I'm the human form of the 100 emoji*, переданная как «Я - ходячий смайлик “идеально”», что передает преувеличенность самооценки персонажа и его неформальный стиль общения.

Наиболее удачные переводы ситкомов достигаются тогда, когда переводчик способен сочетать несколько стратегий, сохраняя баланс между смыслом, стилем, культурным контекстом и восприятием целевой аудитории. Он должен учитывать возрастную и социальную группу зрителей, их культурные ожидания и знание массовой культуры. Если зритель не уловит отсылку, шутка потеряет смысл. Если перевод будет слишком буквальным, комизм может исчезнуть. Если перевод слишком адаптирован, может возникнуть эффект культурной подмены. Поэтому главной задачей переводчика является максимальное воспроизведение функциональной эквивалентности: удержание не формы, а эффекта оригинала.

Таким образом, перевод культурно-обусловленных элементов в американских ситкомах представляет собой многоэтапный процесс, включающий анализ культурных реалий, оценку их функций в тексте, выбор оптимальной стратегии передачи, адаптацию под культурный контекст целевой аудитории и сохранение жанровых особенностей. Переводчик должен обладать не только лингвистической интуицией, но и культурным чутьем, чувством юмора и способностью мыслить креативно в условиях ограничений. Эффективная передача КОЭ в ситкомах обеспечивает сохранение культурного и комического потенциала оригинала и формирует полноценный опыт восприятия для русскоязычного зрителя.

Литература:

1. Baker M. In Other Words. London: Routledge, 2011.
2. Daines J. Humor and Culture in American Sitcoms. New York: Palgrave Macmillan, 2014.
3. Díaz-Cintas J. Audiovisual Translation. Manchester: St. Jerome Publishing, 2009.
4. Venuti L. The Translator's Invisibility. London: Routledge, 1995.

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТЕКСТА В ОБЛАСТИ ФИЗИКИ

Е. А. Шестакова

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, shestakovaena@gmail.com**

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст. преп.

В статье рассматриваются прагматические аспекты перевода научно-популярных текстов по физике. В рамках исследования анализируются приёмы, нацеленные на сохранение авторского стиля и обеспечение доступности текста для русскоязычной аудитории.

This article discusses the pragmatic aspects of translating popular science texts in the field of physics. The study is focused on the methods aimed at preserving the author's style and making the text accessible to a Russian-speaking audience.

Основной функцией научно-популярных текстов является популяризация науки среди широкой аудитории. Согласно И.С. Алексеевой, данный тип текста сочетает в себе научную достоверность и образность, направленную на побуждение интереса к теме. Таким образом, прагматический аспект перевода заключается в том, чтобы

сохранить то воздействие на читателя, которое стремился оказать автор оригинала.

Цель работы заключается в изучении особенностей передачи прагматического аспекта при переводе научно-популярных текстов по физике, а также выявлении приёмов сохранения авторской интонации и стиля в языке перевода.

Объектом исследования являются научно-популярные тексты в области физики.

Предметом исследования выступают прагматические особенности перевода научно-популярных текстов.

Методы и приёмы исследования включают анализ литературы по теме исследования, сравнительно-сопоставительный анализ и метод предпереводческого анализа.

Основная проблема перевода научно-популярных текстов заключается в необходимости сочетания научной точности при сохранении коммуникативной функции текста. Для достижения адекватности перевода переводчику необходимо решить следующие задачи:

1. Обеспечение доступности для непрофессиональной аудитории. Научно-популярные тексты предназначены для широкой публики, не имеющей специализированных знаний, поэтому сложные идеи необходимо передавать простым и понятным языком. Такой эффект достигается за счёт малого количества специализированных терминов, использования простых предложений и приведения наглядных примеров. При переводе таких текстов необходимо сохранить эту доступность, упрощая предложения и подбирая простые слова. Также при необходимости могут быть добавлены краткие пояснения.

2. Сохранение авторской образности. В научно-популярных текстах образность выступает одним из инструментов, делающих научный текст более увлекательным для неподготовленной аудитории. Использование метафор и идиом помогает читателям лучше понять абстрактные научные концепции через их иллюстрацию. Однако при переводе они требуют особого внимания, как показывает пример с выражением *“blissful ignorance”*, переведённым как *“блаженное неведение”*. Данное выражение является узнаваемым и устоявшимся в английском языке. Переводчик передаёт его посредством калькирования, что позволяет сохранить структуру выражения. Однако, в отличие от английского оригинала, у русскоязычного читателя может не возникнуть такой же устойчивой культурной ассоциации. Таким образом несмотря на то, что перевод является формально точным, его прагматическое воздействие на аудиторию может оказаться ослабленным.

3. Адаптацию культурных реалий. К этому относится адаптация бытовых понятий, социальных институтов, единиц измерения и т.д. Так, например, *“two miles away”* переводчик адаптирует как *“в трёх километрах от неё”*, преобразуя американскую имперскую систему измерений в привычную для русскоязычного читателя метрическую.

4. Корректную передачу терминов. Примером данной задачи может послужить термин *“unified field theory”*, переведённый как *“единая теория поля”*. В данном случае применяется калькирование, так как термин укоренён в русскоязычной научной традиции. Однако для более новых терминов или терминов, объясняющих менее известные концепции, переводчик также может применить смысловое развитие или описательный перевод.

5. Компенсацию различий в языковой картине мира. Это может быть проиллюстрировано на следующем примере: при переводе фразы *“The name gluon is particularly descriptive”* переводчик использует сноску: *“Название глюон. От английского glue – клей, склеивать”*. Данный приём необходим, поскольку в то время как для англоязычного читателя термин ясен и раскрывает его описательный характер, для русскоязычного читателя слово “глюон” является заимствованным, а его связь со словом “клей” – неочевидной. Таким образом, сноска компенсирует утраченную лингвокультурную связь, поясняя русскоязычной аудитории скрытую метафору, заложенную в основу термина.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что успешный перевод научно-популярных текстов по физике требует решения ряда прагматических задач. Ключевыми являются: обеспечение доступности текста для широкой аудитории, сохранение авторской образности, корректная передача терминологии, адаптация культурных реалий и компенсация различий в языковой картине мира.

Для обеспечения доступности переводчик использует упрощение синтаксиса, подбор более понятной лексики и краткие пояснения сложных понятий. Сохранение авторской образности достигается с помощью передачи метафор, сравнений, риторических приёмов и разговорных элементов, которые формируют вовлекающий эффект текста. Адаптация культурных реалий включает преобразование единиц измерения, бытовых понятий и других элементов. Корректная передача терминологии осуществляется с помощью транслитерации, калькирования и, в случае необходимости, описательного перевода. Различия в языковой картине мира компенсируются поясняющими сносками.

Таким образом, прагматическая эквивалентность при переводе научно-популярных текстов по физике достигается, когда переводчик не только передаёт научное содержание, но и решает комплекс прагматических задач, сохраняя доступность текста и авторский стиль, корректно передаёт термины и адаптирует культурные элементы для русскоязычной аудитории. Только при таком подходе перевод сохраняет научное содержание, выразительность и коммуникативное воздействие оригинала для русскоязычного читателя.

Литература:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. – СПб.: Издательство Академия, 2004. – 352 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 2023. – 240 с.
3. Баташева Л. А. Варианты толкования терминов в разных типах научной речи // Вопросы стилистики. Межстилевая и внутристилевая вариативность языковой системы. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1986. – С. 42–49.
4. Богословская И. В. Научно-популярный текст: сложность понимания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2001. – 192 с.
5. Грин Б. Элегантная Вселенная. Суперструны, скрытые размерности и поиски окончательной теории / пер. с англ., общ. ред. В. О. Малышенко. – М.: ЛКИ, 2008. – 288с.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РЕФРЕЙМИНГА В ПЕРЕВОДЕ ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ

Н. В. Шидловский

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, rach2aleks@mail.ru**

Научный руководитель: Ваганова Е. Г., ст.преп.

Исследуются лингвопрагматические аспекты рефрейминга в переводе военно-политических медиатекстов. На основе теории М. Минского, Ч. Филлмора и М. Бейкер выявляются стратегии изменения смысловых рамок. Результаты значимы для переводоведения и критического анализа дискурса.

The article examines linguopragmatic aspects of reframing in translating military-political media texts. Using the theoretical framework of Minsky, Fillmore and Baker, it identifies strategies for shifting perceptual frames. The findings contribute to translation studies and critical discourse analysis.

В условиях современных информационных конфликтов перевод медиатекстов о военно-политических событиях зачастую становится не просто межкультурным посредничеством, а инструментом рефрейминга, т.е. представляет собой изменение концептуальных рамок восприятия информации целевой аудитории. Актуальность проблемы обусловлена необходимостью выявления конкретных лингвопрагматических механизмов, которые лежат в основе трансформации смысловых рамок при межкультурной передаче информации в контексте военно-политического дискурса [1, 5, 9].

Цель работы — выявить и систематизировать лингвопрагматические механизмы рефрейминга, используемые в процессе перевода медиатекстов о военно-политических событиях.

Объектом исследования является военно-политической медиатекст в межкультурном пространстве.

Предмет исследования составляют лингвопрагматические механизмы рефрейминга, реализуемые через переводческие трансформации в военно-политическом дискурсе.

Проблема исследования заключается в изменении роли перевода из нейтрального посредничества в инструмент целенаправленного рефрейминга, т.е. изменения смысловых рамок восприятия военно-политических событий в межкультурном медиатекстовом пространстве [10, 12]. Существующие работы не систематизируют конкретные лингвопрагматические механизмы, лежащие в основе этой трансформации, что затрудняет критический анализ искажений при межкультурной передаче информации.

Новизна заключается в комплексном лингвопрагматическом подходе к анализу рефрейминга именно в военно-политическом медиатекстовом дискурсе на стыке переводоведения и теории дискурса. Исследование конкретизирует и систематизирует применительно к данному типу текстов теоретические положения о фреймах и механизмы их трансформации при переводе. Такой подход дал бы возможность по-иному отражать идеи автора текста оригинала в концептуальных рамках иной культуры.

Методы исследования включают: 1) анализ литературы по теме исследования; 2) метод текстового анализа; 3) сравнительно-сопоставительный анализ, 2) дискурс-анализ, 3) лингвопрагматический анализ; 4) метод контекстуального анализа.

Настоящее исследование базируется на междисциплинарном теоретическом фундаменте, объединяющем достижения когнитивной лингвистики, переводоведения и теорию дискурса. Теоретической основой исследования послужили труды Е.А. Кожемякина, Е.И. Шейгал

изучавших вопрос определения медиатекста. Военно-политический медиатекст понимается как речевое произведение в масс-медийном пространстве являясь типом медиатекста, тематически сфокусированным на деятельности государства, силовых структурах, политических деятелях и военных конфликтах [2, 3, 6]. Данный тип медиатекста характеризуется языковыми особенностями: использованием военной терминологии, риторических приемов, метафорических образов, апелляций к исторической памяти и эклектизмом дискурсов [7]. Перевод такого типа текста сопряжен с трудностями передачи иной когнитивной информации и фоновых знаний, что требует от переводчика не просто лингвистической компетенции, но и глубокого понимания идеологического и культурного контекста [5, 13]. Также теоретической основой исследования выступают основополагающие работы ряда ученых, тесно связанных с концепцией фрейма являющейся ключевой для нашей работы: М. Минский, систематически изложивший теорию фреймов, рассматривает фрейм как когнитивную модель памяти человека, репрезентирующую тематически обусловленную стереотипную ситуацию, где аккумулируются и систематизируются знания [4]. Развивая эту концепцию, Ч. Филлмор в рамках «фреймовой семантики» обосновал, что значение языковой единицы формируется через активацию соответствующей структуры знаний — фрейма, понимаемого как схематизация опыта [8]. Например, лексические единицы «продавать» и «покупать» активируют общий фрейм «коммерческая сделка» с определенным набором слотов (продавец, покупатель, товар, деньги). Значительный вклад в развитие теории внесла М. Бейкер, адаптировав концепцию фреймов для переводоведения, предложив нарративный подход к анализу переводческих стратегий. Согласно её концепции, фрейминг понимается как процесс стратегического конструирования нарратива с использованием практически любых лингвистических и нелингвистических ресурсов — от паралингвистических средств до многочисленных языковых приемов, в то время как рефрейминг представляет собой конкретные операции смены концептуальных рамок (изменение нарратива, уже прошедшего этап фрейминга) [11]. Разработанная Бейкер типология механизмов рефрейминга (временное фреймирование, селективное присвоение, репозиционирование участников) позволяет провести анализ переводческих трансформаций в условиях военно-политических конфликтов. Методологический выбор в пользу концепции рефрейминга М. Бейкер обусловлен несколькими факторами. Во-первых, он акцентирует активную роль переводчика как субъекта, не просто передающего, а преобразующего сообщение

(нарратив оригинального текста) через его помещение в новые концептуальные рамки (рефрейминг). Во-вторых, подход Бейкер был разработан для анализа перевода в контексте конфликта, что релевантно материалу военно-политических медиатекстов [12]. В-третьих, исследовательница предлагает выделить основные механизмы фрейминга (что равно для рефрейминга) позволяющие проводить конкретный лингвопрагматический анализ переводческих трансформаций.

В рамках практического анализа были рассмотрены механизмы рефрейминга на примере ряда иностранных статей. Временное фреймирование (*temporal framing*) реализуется через изменение хронологии событий или уточнении и добавлении, как в переводе сетевого издательства ИноСМИ военно-политической статьи журнала *Military Watch Magazine*, где переводчик изменяя оригинальное предложение встраивает в хронологию дополнительные идеологические маркеры («ДНР»), тем самым репозиционируя события в более конкретном контексте. Фреймирование через селективное присвоение (*framing by selective appropriation*) заключается в отборе или опущении элементов оригинала, что иллюстрирует замена эмоционально заряженного «absorb the systems» на нейтральное «освоить систему». Другим примером в том же тексте перевода является «heavily reliant on Western contractors» (т.е. сильно зависеть от западных подрядчиков) превращается в более конкретное и стигматизирующее «предположения о присутствии американских специалистов на передовой». Эта трансформация усиливает нарратив о прямом участии Запада (а именно США) в конфликте. Репозиционирование участников (*repositioning of participants*) грамматически смещает перспективу, например, через смену активного залога на пассивный, тем самым меняя восприятие агента и ответственности действующих лиц. Например, фраза «which left ground forces in the region exposed» передается переводчиком через смену агентов действия как «наземные части ВСУ остались беззащитными перед наступлением россиян» что акцентирует роль российской армии как активного субъекта. Фреймирование путем маркирования (*framing by labeling*) использует оценочные ярлыки, как в случае с переводом статьи о санкциях издательства *Daily Star*, где «driven by tough new UK sanctions on Russian fishing giants» перешло в «и виноваты в этом как раз санкции Лондона против российского рыболовства». В русском переводе от ИноСМИ использована эмоционально-оценочная лексика («виноваты»), актуализирующая принцип маркирования. Другим примером маркирования представляется выбор между альтернативными названиями в тех или иных географических территориях («Западный

берег» vs «Иудея и Самария»), это встраивает описание в тот или иной идеологически окрашенный нарратив. Анализ механизмов влияния на реципиентов СМИ продолжается в работах таких современных отечественных исследователей как О. В. Маруневич, В. В. Майба, исследующие природу манипулятивности медиапространства, Г. А. Копнина и Р.В. Агаджанян., делающие акцент в своих исследованиях на речевом манипулировании [5]. В совокупности эти подходы позволяют анализировать перевод как процесс целенаправленной трансформации смысловых рамок читателей СМИ.

Проведенное исследование позволило систематизировать ключевые лингвопрагматические механизмы рефрейминга, используемые в переводе военно-политических медиатекстов. Выявленные механизмы подтверждают, что перевод в сфере военно-политического дискурса представляет собой сложный процесс рефрейминга, где переводчик выступает интерпретатором и активным деятелем, а не нейтральным посредником. Полученные результаты имеют практическую значимость для подготовки переводчиков, работающих с медиатекстами, а также для развития критической медиаграмотности, позволяющей распознавать манипулятивные стратегии в межкультурном информационном пространстве, и также будет полезно в дальнейших лингвистических исследованиях дискурса СМИ.

Литература:

1. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: Союз, 2001. – 288 с.
2. Барашкина А. С. Медиадискурс как форма массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2021. – № 4. – С. 5–12.
3. Кожемякин Е. А. Медиадискурс как объект лингвистического исследования // Медиалингвистика. – 2010. – Вып. 1. – С. 12–18.
4. Минский М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ. – М.: Энергия, 1979. – 151 с.
5. Пензина Н. И., Макашова В. В. Языковое Медиаманипулирование Как Проблема Научного Анализа (Обзор Современных Отечественных Исследований) // МедиаВектор. 2025. №15.
6. Сдобников В. В. Теория перевода: учебник. – Москва: АСТ, 2020. – 560 с.
7. Тенилилов П. С., Мазура Л. К. Военно-политический дискурс как лингвокультурологический комплексный феномен // Вестник

Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 5 (899). С. 91–97.

8. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // Новое в зарубежной лингвистике: сб. – М.: Прогресс, 1988. – Вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. – С. 52–92.

9. Хомутова Т. Н. Лингвистические особенности военно-политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 5 (83). – С. 210–214.

10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: монография. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.

11. Baker M. Translation and Conflict: A Narrative Account. – London: Routledge, 2006. – 224 p.

12. Bartrina F. The Role of the Translator in the European Stylebook for Writers and Translators // The Translator. – 2013. – Vol. 19, № 2. – P. 337–353.

13. Gambier Y. Media, Information and Translation // Handbook of Translation Studies / ed. by Y. Gambier, L. van Doorslaer. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2010. – Vol. 1. – P. 251–255.

СПЕЦИФИКА НЕЙРОСЕТЕВОГО ПЕРЕВОДА ЭКСПРЕССИВНО-ЭМОТИВНОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

О. С. Шишигина

**Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, olesasisigina@gmail.com**

Научный руководитель: Влавацкая М. В., д. фил. н., профессор

В статье проводится сравнительный анализ нейросетевого перевода экспрессивно-эмотивной лексики англоязычного политического дискурса на русский язык в Яндекс.Переводчик и Google Translate на примере статьи The Washington Post.

The article presents a comparative analysis of the neural machine translation of expressive-emotive vocabulary from English political discourse into Russian in Yandex.Translate and Google Translate, using an article from The Washington Post as an example.

Актуальность данной темы обусловлена широким внедрением технологий искусственного интеллекта в области перевода, который,

несмотря на достижения в скорости обработки текста, все же продолжает демонстрировать нестабильное качество перевода.

Цель исследования заключается в выявлении особенностей нейросетевого перевода экспрессивно-эмотивной лексики в англоязычном политическом дискурсе на русский язык.

Материалом для исследования послужила статья «Trump flirts with exempting Hungary's Orban from Russia oil sanctions» из газеты The Washington Post.

Экспрессивно-эмотивная лексика – это особый пласт языковых единиц, который позволяет не только информировать, но и передавать эмоции, оценку и отношение говорящего, связанные с описываемыми событиями, людьми или явлениями. Экспрессивность достигается за счет средств, усиливающих выразительность, а эмотивность отвечает за отражение эмоционального состояния автора.

Все экспрессивно-эмотивные лексические единицы имеют коннотацию. Под коннотацией понимается дополнительный смысл, который накладывается на денотативное значение слова и придает этому слову иную, более эмоциональную или оценочную окраску. Выделяют положительную и отрицательную коннотации.

И.В. Арнольд, рассматривая экспрессивно-эмотивную лексику, помимо коннотативного значения, выделила следующие компоненты: эмоциональное или аффективное значение, проявляющееся вследствие употребления слова для выражения эмоций; оценочное значение, выражающее одобрение или неодобрение [1].

Дж. Лич также выделяет аффективное значение, которое отражает мнение говорящего по отношению к объекту [5].

Лингвистические особенности экспрессивно-эмотивной лексики проявляются на разных уровнях языка: семантическом, морфологическом, синтаксическом и стилистическом [3]. На стилистическом уровне эмотивность достигается в том числе с помощью тропов – различных фигур речи, усиливающих выразительность. В тексте экспрессивно-эмотивная лексика выполняет номинативную, экспрессивную, оценочную и прагматическую функции. В политическом дискурсе такая лексика помогает эмоционально вовлечь аудиторию и повлиять на ее мнение и убеждения, а также дискредитировать оппонента.

Под политическим дискурсом понимаются любые разновидности политического общения [2], а именно сочетание политического дискурса и дискурса СМИ, при этом главная цель остается политической – достижение и удержание власти, но теперь с использованием всех ресурсов дискурса СМИ.

В данной работе для проведения сравнительного анализа с целью выявления особенностей нейросетевого перевода были выбраны такие системы как Яндекс Переводчик и Google Translate.

Яндекс Переводчик в своей работе применяет гибридный метод: модель выполняет перевод с использованием статистического машинного перевода и нейросетевого машинного перевода, а затем наиболее естественно звучащий вариант предоставляется пользователю. Google Translate не выбирает из вариантов, а сразу генерирует один наиболее вероятный перевод, опираясь на контекст всего предложения.

Проведем сравнительный анализ экспрессивно-эмотивных лексем в политической статье «Trump flirts with exempting Hungary's Orban from Russia oil sanctions», которая посвящена результатам встречи президента США Дональда Трампа с премьер-министром Венгрии Виктором Орбаном. Согласно статье, несмотря на общую политику США по отношению к России, Дональд Трамп рассматривает возможность избавления Венгрии от санкций из-за их закупки российской нефти.

Таблица 9 – Контекст 1

Оригинал	Яндекс Переводчик	Google Translate
«Trump flirts with exempting Hungary's Orban from Russia oil sanctions» [7]	«Трамп намекает на то, что Орбана из Венгрии можно освободить от санкций в отношении российской нефти» [4]	«Трамп заигрывает с идеями освобождения президента Венгрии Орбана от российских нефтяных санкций» [6]

Оригинальная фраза представляет собой заголовок, который одновременно должен заинтересовать читателя и дать краткое описание того, о чем пойдет речь в статье. Рассматриваемая экспрессивно-эмотивная лексема «flirts with» – идиома, которая используется в английском языке в значении «рассматривать идею без особой серьезности». Google Translate не справился с переводом данной экспрессивно-эмотивной лексики. В свою очередь Яндекс Переводчик сгенерировал более нейтральный вариант «намекает», что в данном случае является одним из наилучших решений.

Таблица 10 – Контекст 2

Оригинал	Яндекс Переводчик	Google Translate
«Hungary has remained a defiant outlier as much of Europe has stopped purchasing Russian oil since its 2022 full-scale invasion of Ukraine» [7]	«Венгрия продолжает упорно сопротивляться , в то время как большая часть Европы прекратила покупать российскую нефть после полномасштабного вторжения России в Украину в 2022 году» [4]	«Венгрия по-прежнему остается дерзким исключением , поскольку большая часть Европы прекратила закупки российской нефти после ее полномасштабного вторжения на Украину в 2022 году» [6]

Рассматриваемая экспрессивно-эмотивная единица «defiant outlier». Defiant – вызывающий, открыто неповинующийся, непокорный; outlier – выходящий за рамки. Яндекс Переводчик хорошо передал «defiant» через глагол «сопротивляться», схожий по смыслу с прилагательными «непокорный» и «открыто неповинующийся», однако потерял «outlier», не передав тем самым исключительность Венгрии, которая заложена в оригинальной фразе. Google Translate справился с переводом лучше, предоставив вариант «дерзкое исключение», где с помощью прилагательного отразил непокорность.

Таблица 11 – Контекст 3

Оригинал	Яндекс Переводчик	Google Translate
«Trump has long blasted Europe for funding the Kremlin’s war machine by purchasing Russian oil and gas» [7]	«Трамп уже давно критикует Европу за то, что она финансирует военную машину Кремля, покупая российскую нефть и газ» [4]	«Трамп давно критикует Европу за финансирование военной машины Кремля за счет покупки российской нефти и газа» [6]

И Яндекс Переводчик, и Google Translate нейтрализовали исходную единицу, так как «blasted» подразумевает под собой «взрывную» эмоциональность, сильную критику.

Таблица 4 – Контекст 4

Оригинал	Яндекс Переводчик	Google Translate
«Trump on Friday sounded sympathetic to Orban's request to keep purchasing Russian oil, though the U.S. leader made no firm commitment ahead of their meeting in the Cabinet Room in the West Wing» [7]	«В пятницу Трамп выразил сочувствие Орбану в связи с его просьбой продолжать закупать российскую нефть, хотя американский лидер не взял на себя никаких твердых обязательств перед их встречей в зале заседаний Кабинета Министров в Западном крыле» [4]	«В пятницу Трамп с пониманием отнесся к просьбе Орбана продолжить закупки российской нефти, хотя американский лидер не давал никаких твердых обещаний перед встречей в зале заседаний кабинета министров в Западном крыле» [6]

Рассматриваемая экспрессивно-эмотивная лексика «sounded sympathetic» подразумевает не просто нейтральное понимание, а демонстративное проявление симпатии и поддержки со стороны Трампа. Яндекс Переводчик искажил смысл, так как «выразить сочувствие» иллюстрирует проявление чувств жалости и сожаления, а не поддержки. Google Translate перевел более нейтрально. «Отнестись с пониманием» смещает фокус с чувств на когнитивное восприятие.

Данный сравнительный анализ демонстрирует ограниченность возможностей перевода экспрессивно-эмотивной лексики нейросетевыми моделями перевода.

Литература:

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Высш. шк., 1986. — 295 с., ил. — На англ. яз.
2. Вдовина В. Б. К вопросу об определении понятия «политический медиадискурс» // Russian Linguistic Bulletin. – 2024. – № 4 (52). – С. 45– 52.
3. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – Moscow: Изд-во «Флинта», 2011. – 736 с
4. Яндекс.Переводчик [Электронный ресурс]: нейросетевой сервис машинного перевода. – URL: <https://translate.yandex.ru> (дата обращения: 20.11.2025).
5. G. Leech Semantics: The Study of Meaning. 2nd ed. / G. Leech. – London: Penguin Books, 1981. – 394 p.

6. Google Translate [Электронный ресурс]: сервис машинного перевода на основе нейронных сетей. – URL: <https://translate.google.com> (дата обращения: 20.11.2025).

7. Trump flirts with exempting Hungary's Orban from Russia oil sanctions // The Washington Post. – 2025. – URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/2025/11/07/orban-trump-russian-oil/> (дата обращения: 20.11.2025).

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ СЛОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ФИЛОСОФСКИХ ТЕКСТОВ

М. В. Шубкина

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, mariahubkuna@gmail.com

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Данная статья посвящена анализу того, как лингвистические и концептуальные особенности философского текста влияют на переводческие стратегии и каким образом перевод трансформирует исходное содержание. Анализ оригинала текста и его русского перевода позволяет выявить характерные типы затруднений, возникающих при переводе эссеистической философской прозы, и определить степень сохранения авторского смысла, стиля и аргументации.

This article is devoted to analyzing how the linguistic and conceptual features of a philosophical text influence translation strategies and how translation transforms the original content. A comparative analysis of the source text and its Russian translation reveals characteristic types of challenges that arise when translating essayistic philosophical prose and helps determine the degree to which the author's meaning, style, and argumentation are preserved.

Философский дискурс характеризуется высокой степенью абстрактности, терминологической насыщенностью и сложными аргументативными структурами. Его перевод требует преодоления не только лингвистических, но и глубоких концептуальных барьеров, поскольку философский текст является носителем целостной системы взглядов, тесно связанной с культурным и интеллектуальным контекстом. Когда автор формулирует свою позицию, он не ограничивается передачей сведений, а стремится создать целостное поле размышления, где каждая мысль резонирует с предыдущей и подталкивает к следующей. В таком поле язык становится не только инструментом описания, но и способом формирования интеллектуального опыта, в котором пересекаются логические ходы,

интуитивные догадки и культурно укоренившиеся представления о мире [3].

К лингвистическим сложностям перевода философской прозы относятся:

Лексические: многозначность ключевых понятий, отсутствие прямых эквивалентов, необходимость учета историко-философской традиции их употребления. Иногда приходится выбирать между буквальной точностью и смысловой полнотой, между сохранением привычного перевода и передачей авторского намерения. Именно на этом уровне открывается главный парадокс философского перевода: он требует не только знания языка, но и глубокого понимания культурной среды, интеллектуальной истории и философского метода, который лежит в основе текста [4].

Синтаксические: необходимость адаптации сложных, многосоставных предложений, характерных для английского философского текста, под нормы русского синтаксиса для сохранения ясности и естественности.

Стилистические: трудности передачи авторской иронии, метафор, культурных аллюзий и эссеистического тона, которые являются неотъемлемой частью стиля Б. Рассела. В исследовании А.М. Галиевой отмечено, что философские метафоры несут не только эстетическую, но и познавательную функцию, поэтому желательно сохранять их, по возможности, в переводе [1].

Наиболее серьезные проблемы перевода лежат в концептуальной плоскости. Они обусловлены различиями в философских традициях и несовпадением культурных коннотаций базовых понятий. Различия философских традиций особенно заметны в случае англосаксонской аналитической философии, к которой относится Рассел, и русской интеллектуальной среды, формировавшейся под влиянием континентальной мысли, религиозной культуры и художественной литературы [2].

Текст «In Praise of Idleness» представляет собой синтез аналитической строгости и публицистической выразительности. Его лингвистические особенности (иронический тон, риторические вопросы, социальная лексика) напрямую служат выражению центральных концептов: критики культа труда, реабилитации «праздности» как условия для творчества и утверждения ценности знания и досуга.

При анализе переводческих решений (на примере перевода Ю. Каллистратовой) удалось прийти к следующим выводам. Перевод ключевых понятий в целом адекватен, однако наблюдается неизбежное смещение коннотаций. Так, например, одно из центральных понятий

idleness объединяет несколько смысловых оттенков: «безделье», «праздность», «свободное время», «незанятость». В английском языке этот термин обладает двойной функцией: с одной стороны, он обозначает отсутствие обязательной трудовой активности, а с другой — представляет собой философскую категорию, связующую свободное время с умственным развитием, творчеством и самопознанием. В русском языке слово «праздность» несёт более выраженную негативную коннотацию, ассоциируясь с ленью или моральным пороком. В результате в переводе наблюдается смещение оттенка: аргумент Рассела о необходимости и ценности свободного времени может восприниматься слабее, а сама концепция *idleness* оказывается слегка морализованной. Переводчик вынужден компенсировать этот эффект контекстуальными пояснениями, адаптируя текст таким образом, чтобы сохранить философскую идею свободы и развития [6].

Ещё одним значимым термином является выражение *virtue of work*. В английском оригинале оно несёт иронический оттенок и отсылает к традиционной протестантской этике труда, критикуемой Расселом за её догматизм. Русский вариант «добродетель труда» сохраняет буквальную форму, но теряет часть социальной, исторической и иронической коннотации. Сложность здесь ещё и в том, что слово *virtue* в текстах Рассела редко имеет высокую моральную пафосность; оно чаще обыгрывается в духе лёгкой философской иронии. В русском языке передача этой нейтральной окраски термина требует тонкой лексической работы, иначе фраза может прозвучать слишком тяжело или формально.

Переводчик успешно адаптирует длинные предложения оригинала, разбивая их на более короткие, соответствующие нормам русской речи. Так, длинное предложение с уточняющей вставкой о богатых (who...) «*The idea that the poor should have leisure has always been shocking to the rich, who, in England, in the early nineteenth century, made it a crime to give bread to a hungry man if he refused to work in a workhouse.*» было разбито на два самостоятельных: «Мысль о том, что у бедных может быть досуг, всегда шокировала богатых. Так, в Англии в начале XIX века сочли бы преступлением дать хлеба голодному, если он отказывался работать в работном доме.» Второе предложение начинается с логического маркера "Так,...", который компенсирует разрыв и сохраняет причинно-следственную связь. Это делает сложную мысль Рассела более легкой для восприятия на русском языке, сохраняет логику, но несколько меняет ритм и плавность рассуждения.

Общий эссеистический тон и ирония сохранены, однако в ряде случаев они смягчаются или, наоборот, приобретают более резкую,

публицистическую окраску в связи с различиями языковой и культурной традиции.

Сравнительный анализ выявил ряд концептуальных сдвигов в переводе, незначительное усиление морализаторского и социально-критического пафоса. Различия между оригиналом и переводом объясняются прежде всего различием культурно-языковых картин мира, особенностями исторического контекста и неизбежной интерпретационной природой философского перевода, где переводчик выступает не только как языковой посредник, но и как интерпретатор мыслей автора, передающий их смысл, тон и интонацию в новой культурной среде [5].

Перевод философского текста является комплексной задачей, требующей от переводчика не только лингвистической компетенции, но и глубокого проникновения в концептуальную структуру оригинала. Анализ перевода эссе Рассела подтверждает, что успешный перевод философской эссеистики — это всегда творческий поиск баланса между семантической точностью, стилистической адекватностью и концептуальной целостностью.

Литература:

1. Галиева А.М. Метафоры в философском тексте: оригинал и перевод / Галиева А.М., Нагуманова Э.Ф. – Алтай: Филология и человек. – 2016. – С. 39–45.
2. Нестерова Н.В. Текст и перевод в зеркале современных философских парадигм. – Пермь: Перм. гос. техн. ун-т, 2005 – 203 с.
3. Черняховская Л.А. Прагматические аспекты перевода. – М.: Международные отношения, 1997. – 120 с.
4. Catford J.A. A linguistic theory of translation. – London, 1965. – 103 p.
5. Ladmiral J.R. Traduire: théorèmes pour la traduction. – Paris, 1972. – 277 p.
6. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Pergamon Press, 1981. – 237 p.

ПЕРЕВОД РЕАЛИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Е. С. Шумских, Г. В. Золовкина

Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, eshumskikh61@gmail.com

Научный руководитель: Золовкина Г. В., ст. преп.

Современная лингвистика и переводоведение уделяют внимание передаче культурно-специфической лексики. Реалии как безэквивалентные единицы создают национальный колорит, но их перевод сложен. На материале романа Кинга «Pet Sematary» анализируются их функции и переводческие приемы.

Modern linguistics and translation studies focus on conveying culturally specific vocabulary. Realias, as nonequivalent units, create national color but are difficult to translate. Based on Stephen King's Pet Sematary, their functions and the translation techniques used are analyzed.

Одной из особенностей художественного перевода является небуквальность. Сталкиваясь с труднопереводимыми элементами текста, нужно находить эквиваленты в языке перевода. В теории перевода такие понятия называют термином «реалии» [7]. Реалии, как правило, являются названиями предметов и явлений, отражают часть действительности, и, следовательно, тесно связаны с внеязыковой действительностью [6].

Цель статьи — проанализировать передачу реалий в переводе романа Стивена Кинга «Pet Sematary» и определить наиболее эффективные стратегии сохранения культурно-специфических элементов.

С. Влахов и С. Флорин определяют реалии как слова, обозначающие объекты культуры, быта, государственного устройства, исторического периода и т.д., то есть специфические особенности народа [1]. В зарубежной традиции используется термин *culture-specific item* [1]. Несмотря на разницу терминов, исследователи сходятся в том, что реалии культурно маркированы и трудно передаются в иной языковой среде.

Систематизация реалий в работах В.Н. Комиссарова, Л.С. Бархударова, С.Г. Тер-Минасовой, С. Влахова и С. Флорина позволила выделить группы: реалии быта, социальной жизни, культуры и искусства, географические, исторические, а также связанные с традициями и мифологией. В зарубежных классификациях подчёркивается важность культурных и исторических реалий и *culture-bound terms*. Понятие «перевод реалий» условно, поскольку они непереводаемы в словарном смысле, но всё же передаются иными способами [3].

В художественном переводе используются стратегии: прямой перевод, транслитерация, калькирование, описательный перевод, адаптация, замена реалий, примечания. Выбор определяется жанром, аудиторией и степенью культурной специфичности. В «Pet Sematary» реалии связаны с американским бытом, топонимами и культурными традициями.

В русских переводах романа присутствуют транслитерация (названия мест), описательные переводы (локальные культурные явления), адаптации (американские семейные и бытовые традиции).

Ниже приведены семь примеров из романа, демонстрирующих типичные трудности: передачу детской субкультуры, этнокультурных элементов, бытовых реалий, вымышленных и топонимических названий, а также мистической и мифологической атмосферы.

EN: Pet Sematary [8]

Перевод Покидаевой: *Кладбище домашних животных* [4]

Перевод Эрлихмана: *Кладбище домашних животных* [5]

Комментарий: Детская субкультура; творческая имитация ошибки. У Покидаевой сохранены и адаптированы ошибки, усиливающие детскую наивность; у Эрлихмана ошибка исчезает, и символическая «детскость» теряется.

EN: small Marek stove [8]

Перевод Покидаевой: маленькую печку-«марек» [4]

Перевод Эрлихмана: маленькую печурку «марек» [5]

Комментарий: Бытовая реалья штата Мэн; конкретная торговая марка дровяной печки-буржуйки, выпускавшейся в 1970–1980-е годы в городе Брюэр (рядом с Бангором). Покидаева полностью сохраняет название бренда в кавычках, передавая местный колорит. Эрлихман в ранних изданиях убирает название (теряется аутентичность), в поздних оставляет, но использует уменьшительно-ласкательное «печурка», что немного смягчает «суровый» мэнский антураж.

EN: Deadfall [8]

Перевод Покидаевой: завал из бурелома [4]

Перевод Эрлихмана: завал [5]

Комментарий: Природно-культурная реалья; описательный перевод. У Покидаевой более детализированное описание («завал из переплетённых стволов»), передающее опасность; Эрлихман выбирает краткое и нейтральное «бурелом».

EN: Ludlow [8]

Перевод Покидаевой: Ладлоу [4]

Перевод Эрлихмана: Ладлоу [5]

Комментарий: Топонимическая реалья; транслитерация. Оба переводчика передают вымышленный топоним без изменений, сохраняя атмосферу и авторский замысел.

EN: the Little God Swamp [8]

Перевод Покидаевой: болото Маленького Бога [4]

Перевод Эрлихмана: болото Маленького Бога [5]

Комментарий: Топонимическая и мифологическая реалья. Оба переводчика буквально передают название, сохраняя зловещую поэтичность и отсылку к индейскому божеству.

EN: Tussocks [8]

Перевод Покидаевой: травяные кочки [4]

Перевод Эрлихмана: кочки [5]

Комментарий: Ботаническая реалья; описательный перевод/функциональный аналог. В обоих переводах передаётся смысл болотистого рельефа, но нюанс североамериканского ландшафта частично утрачивается.

Перевод реалий осложняется тем, что реалии не только обозначают конкретные объекты или явления, но и выполняют важную стилистическую работу, формируя образность и общую атмосферу произведения. Поэтому недостаточно передать лишь их прямое значение — необходимо сохранить или компенсировать весь комплекс выполняемых ими функций. Перевод Т. Ю. Покидаевой лучше сохраняет культурный колорит, детскую субкультуру и атмосферу штата Мэн благодаря точной передаче названий, орфографических игр и местных деталей. Перевод В. А. Эрлихмана делает текст проще и понятнее, но часто убирает или упрощает эти элементы, из-за чего теряется часть оригинальной «американскости» и символики. Наиболее удачный подход - максимально сохранять ключевые реалии и стилистические приёмы Кинга, адаптируя лишь то, что действительно мешает пониманию.

Литература:

1. Айкса Х.Ф. Основы перевода культурных элементов / Х.Ф. Айкса. — Барселона: Университет Барселоны, 2010. — 150 с.
2. Вайсбурд М. Л. Реалии как элемент страноведения // Русский язык за рубежом. — 1972. — № 3. — С. 156.
3. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. — М.: Международные отношения, 1980. — 343 с.
4. Кинг С. Кладбище домашних животных / пер. А. Покидаевой [Электронный ресурс]. - URL: <https://fb2.top/api/download/439345> (дата обращения: 18.11.2025).

5. Кинг С. Кладбище домашних животных / пер. В. Эрлихмана [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.rulit.me/books/kladbishche-domashnih-zhivotnyh-read-783580-1.html> (дата обращения: 18.11.2025).
6. Турсунов Ф. М. Реалии — специфическая составляющая безэквивалентной лексики [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/realii-spetsificheskaya-sostavlyayuschaya-bezekvivalentnoy-leksiki> (дата обращения: 18.11.2025).
7. Щеглова Н. В. Специфика перевода реалий [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/spetsifika-perevoda-realiy-na-materiale-angliyskoy-hudozhestvennoy-literatury> (дата обращения: 18.11.2025).
8. King S. Pet Sematary [Электронный ресурс]. - URL: <https://liteka.ru/english/library/2407-pet-sematary> (дата обращения: 18.11.2025).

ОСОБЕННОСТИ СУБТИТРИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА СЕРИАЛОВ

А. В. Щербак

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск, pinakkota@yandex.ru

Научный руководитель: Кириченко Е. Н., ст. преп.

Статья посвящена анализу субтитрования с английского на русский язык на материале сериала «Игра престолов». Рассматриваются технические ограничения аудиовизуального перевода, а также стратегии по типологии Х. Готтлиба. Особое внимание уделяется стратегиям преодоления лексико-грамматических трудностей, передачи культурных реалий и сохранения речевых характеристик персонажей.

The article examines English-to-Russian subtitling based on the TV series Game of Thrones. It discusses the technical constraints of audiovisual translation and analyzes subtitling strategies according to H. Gottlieb's typology. Special attention is given to strategies for overcoming lexical and grammatical difficulties, conveying cultural realia, and preserving characters' speech features.

Актуальность исследования обусловлена стремительным развитием аудиовизуального перевода и ростом объемов медиапродукции, что повышает востребованность субтитрования как особого вида переводческой практики. Субтитрование характеризуется сочетанием устного и письменного каналов восприятия и требует учета временных и

пространственных ограничений, что обуславливает применение специальных переводческих стратегий.

Цель статьи – рассмотреть специфику перевода субтитров с английского языка на русский в сериале «Игра Престолов» и выявить особенности передачи культурных реалий и стилистических элементов.

Для достижения цели исследования необходимо проанализировать субтитры как особую форму перевода, рассмотреть переводческие стратегии, применяемые при субтитровании, выявить особенности передачи культурных реалий и стилистических элементов, а также исследовать примеры перевода субтитров из выбранного материала.

Методы исследования: сравнительный анализ, дискурсивный анализ, классификация переводческих стратегий по типологии Х. Готтлиба.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных исследователей в области теории перевода и аудиовизуального перевода: В.Н. Комиссарова, Р.А. Матасова, Х. Готтлиба, Дж. Диас Синтаса и А. Ремаль.

Материал исследования – перевод субтитров с английского языка на русский на примере сериала «Игра престолов» (перевод студии озвучания «Кравец-Рекордс»).

Субтитры как разновидность аудиовизуального перевода обладают специфическими характеристиками, отличающими их от других видов перевода. Согласно Х. Готтлибу, субтитрование представляет собой «диагональный перевод», поскольку осуществляется между разными языками и разными модусами – от устной речи к письменному тексту [3]. Эта особенность обуславливает необходимость учета двойственной природы субтитров: с одной стороны, они должны точно передавать содержание устного высказывания, с другой – оформляться в виде связного письменного текста, понятного без звучащего голоса [4].

Технические ограничения субтитрования включают лимит символов (35–40 знаков в строке), количество строк (не более двух одновременно) и время экспонирования (1–2 секунды на строку) [3]. Эти параметры связаны со средними возможностями восприятия зрителя, который должен успеть прочесть текст, не переставая следить за видеорядом [4]. Нарушение этих параметров может привести к тому, что зритель не успеет понять перевод или будет отвлечён от визуального действия.

В соответствии с классификацией Х. Готтлиба, переводчики используют десять основных стратегий субтитрования: расширение, парафраз, дословная передача, имитация, транскрипция, смещение, сжатие, усечение, удаление и отказ от перевода [3]. Наиболее характерной для субтитров является стратегия сжатия (*condensation*),

когда происходит сокращение текста оригинала с сохранением основного смысла. Например, фразу "Well, as a matter of fact, I have indeed seen something like that before" можно сократить до «Я уже видел нечто подобное» без потери значимой информации [3]. В.Н. Комиссаров отмечал, что критерии эквивалентности перевода могут гибко применяться в зависимости от коммуникативной задачи: переводчик волен жертвовать буквальной точностью ради достижения прагматического эффекта, значимого для данной аудитории [1]. В субтитровании эта мысль находит непосредственное подтверждение: переводчик вынужден постоянно решать, что перевести дословно, а что – трансформировать или опустить.

Анализ перевода сериала «Игра Престолов» показывает разнообразное применение этих стратегий на лексико-грамматическом уровне. При передаче культурных реалий используется комбинированный подход: стратегия имитации (imitation) применяется для транслитерации имен собственных (Winterfell – «Винтерфелл», Targaryen – «Таргариен»), тогда как стратегия парафраза (paraphrase) используется для адаптации топонимов (King's Landing – «Королевская Гавань»). Такое решение позволяет сохранить узнаваемость терминов при адаптации к нормам русского языка. Основная задача аудиовизуального переводчика – донести до зрителя художественно-эстетические достоинства оригинала, создав полноценный художественный текст на языке перевода [5].

Особый интерес представляет передача внутримировых реалий. Титулы и должности переводятся с помощью стратегии дословной передачи (transfer): Hand of the King – «Десница короля», White Walkers – «Белые ходоки». Этот подход обеспечивает понятность терминов для русскоязычного зрителя, сохраняя при этом их смысловую нагрузку. Специальные термины, такие как Dragonglass («драконье стекло») и Valyrian steel («валирийская сталь»), также передаются через стратегию трансфера, сохраняя внутреннюю морфемную структуру английских составных терминов.

Анализ передачи ономастических реалий показывает последовательность переводческих решений. Мечи имеют имена: "Ice" переведен как «Лед», "Oathkeeper" – как «Верный Клятве». Религиозные концепты передаются через стратегию парафраза: "the Old Gods" – «Старые боги», "the Seven" – «Семеро». Группировки передаются с использованием различных стратегий: Sons of the Harpy – «Сыны Гарпии» (дословная передача), Unsullied – «Безупречные» (парафраз).

Стилистические особенности речи персонажей сохраняются через прагматические трансформации. Речь знати характеризуется

использованием архаичной лексики и книжных слов («милорд», «Ваша милость»), что поддерживает псевдоисторический стиль произведения. Например, девиз дома Старков "Winter is coming" переведён как «Зима близко», что звучит как пословица и стало крылатой фразой. В противоположность аристократии, речь простолюдинов и солдат передается упрощенным синтаксисом и разговорными элементами.

Сложные случаи перевода, такие как игра слов, требуют применения стратегии дислокации (смещение). Эпизод с объяснением имени Hodor ("Hold the door" – «Затвори ход! Ход затвори!.. Ходор!») демонстрирует вынужденный компромисс между точностью передачи и техническими ограничениями. Как отмечает Р.А. Матасов, переводчик аудиовизуальных материалов должен обладать умением быстро принимать решения, чем поступиться, а что сохранить, исходя из принципа наиболее полного донесения художественно-информационного содержания при минимальных средствах [2].

Стратегия парафраза эффективно применяется для перевода идиоматических выражений. Реплика Джейме Ланнистера "The things I do for love" передана как «Чего не сделаешь ради любви», что сохраняет идиоматичность и саркастичный тон оригинала. Аналогично, фраза Тириона "That's what I do. I drink and I know things" переведена как «Это моё призвание – пить и всё знать» с добавлением лексемы «призвание» для усиления иронического эффекта.

Особого внимания заслуживает перевод вымышленных языков. Реплики на дотракийском и валирийском передаются через комбинацию стратегий. Поэтические обращения дотракийцев ("Moon of my life / My sun and stars" – «Луна моей жизни / Моё солнце и звёзды») осуществляются с помощью стратегии дословной передачи (transfer) с элементами имитации (imitation), что позволяет сохранить этнокультурную маркированность. Формулы типа "Valar morghulis" передаются через стратегию имитации вместе с пояснительным расширением при первом упоминании (expansion).

Так, проведённый анализ показал, что субтитрирование требует комплексного применения переводческих стратегий в условиях жёстких технических ограничений. На материале сериала «Игра Престолов» установлено, что ключевыми являются конденсация, парафраз, имитация и трансфер, обеспечивающие точность и функциональную адекватность перевода. Передача культурных реалий, титулов и стилистических особенностей речи осуществляется через комбинацию стратегий, что обеспечивает адекватное восприятие русскоязычной аудиторией сложного многопланового произведения.

Литература:

1. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
2. Матасов Р. А. Перевод киновидео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 189 с.
3. Gottlieb H. Subtitling: A new university discipline // Teaching Translation and Interpreting: Training, Talent and Experience / ed. by C. Dollerup, A. Loddegaard. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 1992. – P. 161–170.
4. Díaz Cintas J., Remael A. Audiovisual Translation: Subtitling. – Manchester: St. Jerome, 2007. – 272 p.
5. Gambier Y. Audiovisual communication: Typological detour // Teaching Translation and Interpreting 2 / ed. by C. Dollerup, A. Lindergaard. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 1994. – P. 275–283.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА СИБИРИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Д. С. Щикота

Новосибирский государственный технический университет,

г. Новосибирск,

Научный руководитель: Онал И. О., к. филол. н., доцент

В статье исследуется репрезентация образа Сибири в англоязычном туристическом дискурсе. На материале текстов путеводителей и травелогов выявляются основные фреймы, актуализирующие образ региона, лингвостилистические средства их актуализации, а также их оценочный и прагматический потенциал.

The article examines how the image of Siberia is represented in English-language tourism discourse. Using guidebooks and travelogues as the empirical basis, it identifies the key frames that shape the region's image, the linguistic and stylistic devices that actualize these frames, as well as their evaluative and pragmatic potential.

В современном мире туризм выступает одним из ключевых механизмов межкультурного взаимодействия, а туристический дискурс является важным инструментом формирования представлений о различных территориях, их культурной, исторической и природной уникальности. Сибирь как обширный и многогранный регион России вызывает значительный интерес у зарубежных туристов, что

обуславливает актуальность изучения его репрезентации в англоязычных туристических материалах.

Цель работы — выявление и систематизация лексико-семантических и стилистических средств, участвующих в формировании образа Сибири в современных англоязычных путеводителях и травелогах.

Материалом исследования послужили специальные выпуски путеводителей *Lonely Planet* и *Rough Guides* о Сибири; онлайн-травелоги The Guardian “Siberian Holiday”, Outside Online “A Miserable, Beautiful Siberian Adventure”, National Geographic “Life in a Hidden Siberian Village”; публикации Russia Beyond о путешествиях по Сибири за 2018-2025 гг. Для реконструкции медиаобраза Сибири были использованы **методы** контент-анализа и фреймового анализа.

В работе мы опираемся на концепцию языковой картины мира и лингвокультурологический подход [3], [2], теорию концептуальной метафоры [9], теорию географических образов Д.Н. Замятина [1]. Географический образ понимается как результат коммуникативной деятельности, в которой язык выступает основным инструментом смыслопорождения.

Туристический дискурс представляет собой институциональный тип коммуникации, целью которого является формирование привлекательного образа территории [5]. Образ дестинации складывается из устойчивых представлений, создаваемых языковыми средствами.

Анализ эмпирического материала позволил выявить следующие фреймы, составляющие структуру образа Сибири в англоязычном туристическом дискурсе: «Сибирь как дикая природа», «Сибирь как сокровищница» и «Сибирь как место ссылки».

1. Сибирь – аутентичный регион с дикой природой – фрейм, представленный наибольшим количеством контекстов, в которых репрезентация Сибири осуществляется, прежде всего, через метафоры неосвоенного пространства, например: *vast wilderness of ice and snow, frozen frontier, land of perpetual winter*. Тайга характеризуется как *thick-as-jungle forest* (Lonely Planet), где сравнение с джунглями делает непривычный ландшафт понятным англоязычному читателю. Для реципиента *wilderness* означает территорию вне цивилизации, первобытное пространство.

Данный фрейм также вербализуется с помощью эпитетов разных семантических групп. Так, эпитеты масштаба подчеркивают превышение обычных масштабов восприятия: *vast, immense, endless*. Выражение *the vast silence of the taiga* (Lonely Planet) превращает тишину в физический объект пространства. Эпитеты холода и суровости усиливают

климатическую экстремальность: *frozen, harsh, bitter, vicious*. National Geographic называет Оймякон *the kingdom of cold*: холод представлен как «правитель» территории. Использование эпитета *vicious* в словосочетании *vicious climate* приписывает природе человеческую агрессию. Эпитеты первозданности важны для экотуризма: *pristine, untouched, virgin, immaculate*. В частности, выражение *pristine wilderness* создает образ территории, не испорченной цивилизацией.

Травелог The Guardian описывает березовый лес как *white, silent cathedral*, превращая путешествие в паломничество. В травелоге Outside Online используется метафора *a snake of liquid steel* для описания реки, передавая опасность и холодную красоту природного объекта. Эта модель вписывает Сибирь в парадигму «последних диких территорий» (*last wild places*), соответствуя современному тренду экотуризма.

В современных текстах важную роль играет концепт аутентичности. Формулировки *pristine environment, ecological paradise, sustainable tourism destination* позиционируют Сибирь как ценность в контексте экологической повестки. Выражение *the language barrier adds to the adventure* (Russia Beyond) [10] показывает романтизацию трудностей — препятствия воспринимаются как часть аутентичного опыта авантюрного туризма.

Для описания коренных народов используются номинации *indigenous peoples, native Siberians* с эпитетами *traditional way of life, shamanic practices, closeness to nature*, создающими экзотический образ. Регион характеризуется через темпоральные маркеры *a land that time forgot, isolated for centuries, ancient traditions preserved*, что создает образ архаичного пространства.

2. Сибирь – сокровищница. Данный фрейм смещает фокус с климатических угроз на ценности региона. Метафоры драгоценностей позиционируют природные объекты как ценности. Так, например, озеро Байкал именуется *sparkling jewel in Siberia's crown* (Rough Guides), *the pearl of Siberia, the sacred lake*. Сибирь нередко персонифицируется как монарх, а озеро Байкал – главное сокровище королевства. Lonely Planet описывает байкальский лед как *transparent green-, blue- or black-coloured ice shield* – цветовые эпитеты создают живописный образ.

Референция к Эльдorado (мифической стране золота) активизирует культурный код «земли обетованной». Транссибирская магистраль описывается через метафоры связи: *the ribbon of iron, the path of empire*. Выражение *the train is a ribbon of iron stitching the continent together* (Lonely Planet) визуализирует железную дорогу как нить, скрепляющую континент. Плато Путорана характеризуется как *the land of 10,000 lakes*

and 1,000 waterfalls — гиперболические числительные создают эффект изобилия [10].

3. Сибирь как место ссылки. Данный фрейм отражает историческую память и реализуется через такие выражения, как *a land of damnation and chains, a prison without bars* и др. Outside Online использует метафору *River of No Reprieve*, где олицетворение создает образ безжалостной природной силы. Однако в современных туристических текстах эта негативная модель вытесняется позитивными репрезентациями, в результате чего наблюдается контраст между стереотипными ожиданиями и реальным опытом. Путешественники в *Russia Beyond* отмечают: *The warmth of the people more than makes up for the cold climate, I was expecting harsh conditions and unfriendly people, but I was pleasantly surprised* [10]. Коррекция стереотипов через личный опыт способствует формированию более нюансированного образа.

4. Сибирь – особый (экстремальный) регион. Лексика экстремальности подчеркивает исключительность региона: *one of the coldest spots on planet Earth, the deepest lake in the world, the longest railway in the world*. Rough Guides характеризует путешествие как *world-beating experience*. В National Geographic используется метафора *gateway to the underworld* для кратера Батагайка, что характеризует образ территории как расположенный на границе реального и фантастического. Выражение *waking up on an unknown planet* для плато Путорана подчеркивает абсолютную инаковость ландшафта [10].

Поскольку публичный туристический дискурс нацелен на распространение информации о туриндустрии и привлечение клиентов, в нем широко используется лексика с оценочными коннотациями, которая формирует образ объекта, отмечая его наиболее значимые ценностные компоненты.

Эпитеты эстетического воздействия создают положительную оценку: *beautiful, stunning, breathtaking, magnificent*. Словосочетания *crystal-clear waters of Lake Baikal, breathtaking mountain landscapes* усиливают привлекательность дестинации. Rough Guides использует *heavenly haven for tranquillity-seekers* — небесная гавань для ищущих спокойствия. Lonely Planet характеризует Столбы как *whimsical erosion forms* — причудливые формы эрозии.

Антитеза подчеркивает амбивалентность образа: *harsh but beautiful, forbidding yet fascinating*. Эти оксюморонные сочетания отражают противоречивость восприятия региона. Сравнительные конструкции актуализируют образ через референцию к знакомым объектам: Сибирь сравнивается с Аляской (климат), Канадой (пространства), Австралией

(статус колонии). Russia Beyond называет Алтай *Russian Switzerland* — прецедентное имя повышает статус дестинации.

Синтаксические средства усиливают воздействие на реципиента. Императивные конструкции побуждают к действию: *discover Siberia, explore the wilderness, experience the authentic life*. Риторические вопросы активизируют внимание: *Have you ever seen such pristine nature?* Перечисления создают эффект изобилия: *rivers, mountains, forests, lakes; hiking, rafting, skiing, fishing*. Цитирование прямой речи туристов усиливает достоверность: *Lake Baikal is absolutely breathtaking*.

Таким образом, конструирование образа Сибири в англоязычном туристическом дискурсе осуществляется через систему фреймов, реализуемых с помощью различных лексико-стилистических средств. Языковые средства — эпитеты масштаба, холода, первозданности и эстетического воздействия, лексика экстремальности, метафоры драгоценностей и власти природы, императивные и риторические конструкции — формируют амбивалентный образ региона как экстремального, но притягательного пространства.

Литература:

1. Замятин Д. Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов. СПб.: Алетейя, 2003. 331 с.
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология: учебное пособие. М.: Академия, 2001. 208 с.
4. Сеньюхин А. А. Образы Сибири в английских и американских травелогах рубежа XIX-XX вв. // Исторический журнал: научные исследования. 2020. № 6. С. 107-115.
5. Тюленева Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российском туристическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 199 с.
6. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2012. № 3. С. 173-178.
7. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). Екатеринбург: УГПУ, 2001. 238 с.
8. Lonely Planet Trans-Siberian Railway / M. Baker et al. 7th ed. Lonely Planet Global Limited, 2018. 456 p.
9. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980. 242 p.

10. What's it like to vacation in Siberia? Foreign tourists share their stories // Russia Beyond. 2020. April 2. URL: <https://www.rbth.com/travel/332036-vacation-in-siberia-tourists> (дата обращения: 05.12.2025).
11. Wood A. Russia's Frozen Frontier: A History of Siberia and the Russian Far East 1581–1991. London: Bloomsbury Academic, 2011. 304 p.

СОДЕРЖАНИЕ

НАУЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ – ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Секция СОЦИОЛОГИЯ И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Бабич К. М., Чупоршнева А. А.	Новосибирск	3
Березовская А. П.,	Новосибирск	6
Дружинина Д. В., Токарева П. А.		
Гаврилова В. В.	Новосибирск	9
Гилимшина В. М., Лизунова Д. Д.	Новосибирск	14
Дарвина А. С., Никишкова Я. Н.	Новосибирск	17
Зозуля О. А.	Новосибирск	22
Иванова А. С.	Новосибирск	26
Каймыштаева С. А.	Новосибирск	31
Коваленок С. М., Кароян В. В.	Новосибирск	35
Корнечук С. В., Шапорта О. В.,	Новосибирск	40
Цыбикова А. С.		
Косякова П. С., Кравченко М. О.	Новосибирск	45
Митрофанова Д. А.		
Кравченко Л. Е.	Новосибирск	48
Лангер А. А.	Новосибирск	52
Лёзов Я. А., Литвинов А. А.	Новосибирск	55
Лёшина Ю. А., Торба А. А.	Новосибирск	61
Максимова А. А.	Новосибирск	64
Нагаев И. С., Жукова А. В.	Томск	69
Никитина Е. Н., Рулева А. В.	Новосибирск	73
Селиванова П. А.		
Николаев А. И.	Новосибирск	77
Омарова А. А.	Новосибирск	81
Острейко Р. А.	Новосибирск	86
Панкратов Н. В., Якушкина С. М.	Новосибирск	89
Перемитькин С.В., Сапунова В.С.,	Новосибирск	94
Сапарова А. Д.		
Петренко Д. К.	Новосибирск	98
Попов Д. О.	Новосибирск	103
Попыловских Е. П., Тагнер А. Н.	Новосибирск	107
Походня А. В.	Новосибирск	111
Рипка К. В.	Новосибирск	115
Скворцова А. Н., Неринг Э. С.	Новосибирск	119

Содбоева Д. Б., Непомнящих М. О.	Новосибирск	123
Сысолетина Э.Ю., Ерёменко А.Ю.	Новосибирск	127
Удовыдченко А. С.	Новосибирск	130
Холодилова А. А, Высоцкий Е. А.	Новосибирск	135
Тененев М. А.		
Хромова А. В.	Новосибирск	138
Шнайдер А. А.	Новосибирск	143

**Секция МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ
ВОПРОСЫ ЗАРУБЕЖНОГО РЕГИОНОВЕДЕНИЯ**

Благодатских К. А.	Новосибирск	148
Васильева А. С.	Новосибирск	150
Головач В. Д.	Новосибирск	155
Загуменникова А. В.	Новосибирск	160
Ковальская Л. С.	Новосибирск	163
Козловская К. А.	Новосибирск	169
Коваленко А. В.	Новосибирск	173
Комогорцев И. Н.	Новосибирск	176
Коньшина Ю. Д.	Новосибирск	178
Кузнецова А. В.	Новосибирск	183
Культенко А. В.	Новосибирск	188
Кутырев Н. А.	Новосибирск	192
Лазаренко Д. А.	Новосибирск	195
Ларкина А. В.	Новосибирск	200
Лукьянова К. Д.	Новосибирск	203
Молявко А. А.	Новосибирск	207
Морозов С. М.	Новосибирск	212
Новоселова А. А.	Новосибирск	215
Овчинников П. Д.	Новосибирск	220
Опалинская П. С	Новосибирск	222
Панасенко Д. Д.	Новосибирск	226
Пинекер Н. Е.	Новосибирск	231
Половникова Т. Э.	Новосибирск	234
Потапова Д. Е.	Новосибирск	238
Седышев А. М.	Новосибирск	242
Семенова К. А.	Новосибирск	246
Смыкова Д. В.	Новосибирск	249
Сотниченко А. Р.	Новосибирск	254
Стефанцева Д. Р.	Новосибирск	256
Терещенко М. С.	Новосибирск	259

Трубникова Д. Р.	Новосибирск	263
Федоткина Н. Е.	Новосибирск	268
Чернавина Е. В.	Новосибирск	273
Хлебникова К. А.	Новосибирск	276

**Секция АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ
ЛИНГВИСТИКИ**

Бурякова Е. В.	Новосибирск	282
Герасимова И. А.	Новосибирск	285
Головина М. Л.	Новосибирск	289
Гостева А. И.	Новосибирск	294
Денисова Д. О.	Новосибирск	296
Джабиева Л. Ш.	Новосибирск	300
Ибрагимов А. А.	Новосибирск	305
Кирюшина В. А., Влавацкая М. В.	Новосибирск	308
Мальковский Д. С.	Новосибирск	313
Мрачковская Д. А.	Новосибирск	318
Родина Д. Г.	Новосибирск	322
Самулина К. Д.	Новосибирск	328
Соловей И. В.	Новосибирск	332
Таберт О. О.	Новосибирск	335
Торгунаков Д. Г.	Новосибирск	339
Тремасова Е. Е., Влавацкая М. В.	Новосибирск	342
Хмельёва Е. В.	Новосибирск	346
Цыренова Э. Э.	Новосибирск	351
Чернова В. В.	Новосибирск	355
Щеголев М. А.	Новосибирск	359
Юдин Д. А.	Новосибирск	363

**Секция ПЕРЕВОД, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
И МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Алейникова Е. В.	Новосибирск	366
Александрова А. А.	Новосибирск	370
Андреева А. С., Цвенгер Л. В.	Новосибирск	375
Арендаренко Д. А.	Новосибирск	378
Астафьева А. Р.	Новосибирск	381
Беликов П. С.	Новосибирск	384
Бондус А. А.	Новосибирск	388
Буканова А. А., Шевченко О. Г.	Новосибирск	392

Васильева А. В., Тарабакина А. К.	Новосибирск	396
Ворсина Е. Е.	Новосибирск	401
Выплавень С. С., Цвенгер Л. В.	Новосибирск	405
Гиль А. В.	Новосибирск	408
Готовщикова А. С.	Новосибирск	412
Густенко К. Ф.	Новосибирск	416
Демидова А. А.	Новосибирск	421
Денисова Д. О.	Новосибирск	426
Дубанова Д. А.	Новосибирск	430
Еврасова Д. М.	Новосибирск	433
Еговкин А. А., Лухманова М. А.	Новосибирск	437
Ерёмина А. В.	Новосибирск	442
Зеленина А. А.	Новосибирск	446
Зубкова В. Л., Влавацкая М. В.	Новосибирск	449
Зубов Г. М.	Новосибирск	454
Иванова К. С.	Новосибирск	458
Кириченко А. В.	Новосибирск	460
Коломыльцева Т. В., Лухманова М. А.	Новосибирск	463
Кравцова В. В.	Новосибирск	467
Кузьминых А. Г.	Новосибирск	471
Купенко А. А.	Новосибирск	474
Матлаш Е. Ю.	Новосибирск	478
Милованова Е. В.	Новосибирск	482
Михайлова А. А.	Новосибирск	487
Наумкина Я. Д.	Новосибирск	491
Нечипорук Б. А.	Новосибирск	495
Подусова К. С., Золовкина Г. В.	Новосибирск	498
Пожидаева И. А., Шевченко О.Г.	Новосибирск	502
Попова С. П., Шевченко О.Г.	Новосибирск	506
Портнова К. С., Гричин С.В.	Новосибирск	510
Пьянкова А. В.	Новосибирск	514
Семенова А. А.	Новосибирск	519
Сиразитдинов О. В., Лухманова М. А.	Новосибирск	523
Слонова С. И.	Новосибирск	527
Стрельцова С. В.	Новосибирск	531
Сычева В. А.	Новосибирск	536
Тимченко С. И., Шевченко О. Г.,	Новосибирск	542
Фоменко Д. М.	Новосибирск	546
Фошин И. С., Фомин С. В.	Новосибирск	550

Цыбикова А. Е.	Новосибирск	554
Черняева Е. В.	Новосибирск	558
Шахмурадова Э. Н.	Новосибирск	560
Шестакова Е. А.	Новосибирск	563
Шидловский Н. В.	Новосибирск	566
Шишигина О. С.	Новосибирск	571
Шубкина М. В.	Новосибирск	576
Шумских Е. С., Золовкина Г. В.	Новосибирск	580
Щербак А.В.	Новосибирск	583
Щикота Д. С.	Новосибирск	587

НАУКА. ТЕХНОЛОГИИ. ИННОВАЦИИ
Сборник научных трудов в 9 частях

г. Новосибирск, 08 декабря - 12 декабря 2025 г.

Часть 7

Под редакцией Захаровой Е. В.

Подписано в печать 10.02.2026. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.

Уч.-изд. л. 34,87. Печ. л. 37,5. Тираж 10 экз. Заказ №Р-05107

Отпечатано в типографии

Новосибирского государственного технического университета

630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20