

Научно-исследовательский центр «Иннова»



ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Сборник научных трудов по материалам
XXIX Международной научно-практической конференции,
18 апреля 2022 года, г.-к. Анапа

Анапа
2022

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89

ББК 94.3 + 72.4: 72.5

В74

Ответственный редактор:
Скорицова Екатерина Николаевна

Редакционная коллегия:

Бондаренко С.В., к.э.н., профессор (Краснодар), **Дегтярев Г.В.**, д.т.н., профессор (Краснодар), **Хилько Н.А.**, д.э.н., доцент (Новороссийск), **Ожерельева Н.Р.**, к.э.н., доцент (Анапа), **Сайда С.К.**, к.т.н., доцент (Анапа), **Климов С.В.** к.п.н., доцент (Пермь), **Михайлов В.И.** к.ю.н., доцент (Москва).

В74 ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ. Сборник научных трудов по материалам XXIX Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 18 апреля 2022 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2022. – 70 с.

ISBN 978-5-95283-840-6

В настоящем издании представлены материалы XXIX Международной научно-практической конференции «ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ», состоявшейся 18 апреля 2022 года в г.-к. Анапа. Материалы конференции посвящены актуальным проблемам науки, общества и образования. Рассматриваются теоретические и методологические вопросы в социальных, гуманитарных, естественных и других науках.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, всех, кто интересуется достижениями современной науки.

За содержание и достоверность статей, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности ответственность несут авторы. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Информация об опубликованных статьях размещена на платформе научной электронной библиотеки (eLIBRARY.ru). Договор № 2341-12/2017К от 27.12.2017 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.innova-science.ru.

УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5

© Коллектив авторов, 2022.

© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО

(подразделение НИЦ «Иннова»), 2022.

ISBN 978-5-95283-840-6

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В 2022 ГОДУ

Алексеева Анна Алексеевна

Головкова Алина Александровна 5

ТАКСОНОМИЯ МСФО (IFRS TAXONOMY)

Заречная Лариса Александровна..... 10

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Карницкий Кирилл Дмитриевич

Дзичковская Анастасия Викторовна 15

МОДИФИКАЦИЯ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ WEB-СТУДИИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА

Козлова Александра Вениаминовна 20

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТОВ ЖИЛЬЯ И РЕНОВАЦИИ

Мулич Адис Рифатович

Карамова Аида Саркисовна..... 26

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ

Богомолова Маргарита Васильевна..... 31

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

ГРАЖДАНСКИЙ ПРОЦЕСС- ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В СУДЕ

Ельцова Наталья Сергеевна..... 38

ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ЛИЦ С ФИЗИЧЕСКИМИ
И ПСИХИЧЕСКИМИ НЕДОСТАТКАМИ В РАМКАХ
УГОЛОВНОГО СУДОПРОИЗВОДСТВА

Фомина Елена Николаевна 43

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО
РЕЖИМА

Родионова Анна Юрьевна

Чернова Дарья Дмитриевна 49

ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
И АРХИВОВЕДЕНИЯ

Америнова Екатерина Валерьевна

Шилина Софья Андреевна 55

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ИЗУЧЕНИЕ ФРАНЦУЗСКОГО СЛЕНГА НА БАЗЕ
ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН

Степанова Анастасия Александровна 60

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ В ПЕРИОД
«ПЕРЕСТРОЙКИ» В СССР (1980–1990)

Царьков Тимур Алексеевич 65

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 658.8

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В 2022 ГОДУ

Алексеева Анна Алексеевна

Головкова Алина Александровна

студенты

Филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»,

город Смоленск

***Аннотация.** В статье кратко рассмотрены тенденции развития маркетинговых коммуникаций в 2022 году и выделены тренды в данной области на ближайшие годы.*

The article briefly discusses the trends in the development of marketing communications in 2022 and highlights trends in this area for the coming years.

***Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, инструменты маркетинговых коммуникаций, digital-коммуникации, персонализация, кастомизация*

***Keywords:** marketing communications, marketing communication tools, digital communications, personalization, customization*

Современная концепция маркетинговых коммуникаций прошла достаточно долгую эволюцию, и с каждым годом значение рынка становится все более существенным, в то время как рыночные отношения постоянно подвергаются изменениям, которые вызываются концентрацией производства и капитала, активным государственным вмешательством в механизмы рыночного регулирования, научно-техническим прогрессом, а также воздействием прочих факторов.

В настоящее время маркетинговые коммуникации – одна из важнейших концепций в управлении организацией в рыночных условиях, определяющая методологию современного функционирования организации [1]. Применение

маркетинговых коммуникаций позволяет формировать наиболее достижимые программы по производству и реализации продукции, оперативно реагировать на изменения рынка, что для организации обеспечивает преимущества в конкурентной борьбе, а также эффективность функционирования отраслей экономики в целом. В таблице 1 приведены итоги развития рекламного рынка в Российской Федерации за 2019–2021 годы.

Таблица 1 – Итоги развития рекламного рынка в РФ за 2019–2021 гг.

Сегменты	2021 год, млрд руб.	динамика к 2020 году, %	динамика к 2019 году, %
Телевидение	197.3	17%	13%
Радио	14.0	25%	-12%
Пресса	8.2	2%	-46%
в т. ч. Газеты	3.0	4%	-48%
Журналы	5.2	1%	-44%
Out of Home	45.0	40%	3%
в т.ч. Наружная реклама	38.3	41%	10%
в т. ч. Классические рекламоносители	23.6	28%	-3%
Цифровые рекламоносители	14.7	69%	40%
Транзитная реклама	4.1	21%	-25%
Indoor-реклама	2.3	64%	-18%
Реклама в кинотеатрах	0.31	15%	-71%
Интернет	313.8	24%	29%

На рисунке 1 приведена диаграмма объема маркетинговых коммуникаций по 5 основным сегментам в 2021 году. Как видно из представленных данных, 2021 год для российского рекламного рынка стал рекордным – его объем превысил 578 млрд руб., что на 22% больше, чем в кризисном 2020 году и – что очень важно – на 17% больше, чем в докризисном 2019 году. При этом рынок продемонстрировал самую высокую динамику с 2008 года.

Одной из современных мировых тенденций развития маркетинговых

коммуникаций является их формирование, управление и функционирование в среде Интернет и Digital-технологий, когда применяются цифровые ресурсы и современные информационные технологии, например использование контекстной и медийной рекламы, разработка сайтов, SEO (поисковая оптимизация), SMM-продвижение.

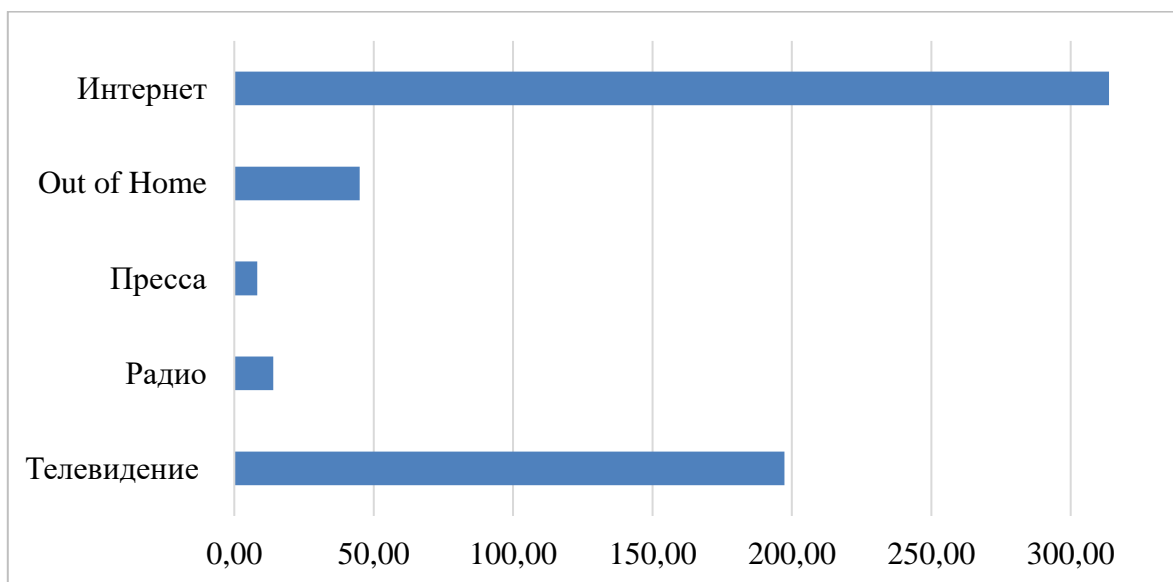


Рисунок 1 – Объем маркетинговых коммуникаций в 2021 году по сегментам

Также наблюдается тенденция персонализации в маркетинговых коммуникациях: когда продукция или сайты приобретают черты «живого человека», благодаря чему посредством информационных технологий создается диалог продавца и покупателя, однако при этом одновременно осуществляется изучение пользователя и аудитории в целом: их интересы и запросы [1]. Кроме того, применение Интернет-технологий позволяет подстраиваться под изменяющиеся условия рынка, среды и информации.

Тенденция все большего увеличения пользователей мобильных и онлайн-платформ также оказывает существенное влияние на современные маркетинговые коммуникации. Для организаций, формирующих комплекс маркетинговых коммуникаций, направленный на аудиторию молодых людей, наиболее оптимальным становится применение комплексного многоканального подхода при разработке маркетинговых коммуникаций: Digital-сфера постоянно обновляется и совершенствуется, и позволяет открыть новую коммуникационную нишу,

найти новые креативные решения в воплощении и способе донесения коммуникации до аудитории.

Все большее распространение получает тенденция интеграции маркетинговых коммуникаций в социальные сети, ведь именно в социальных сетях можно встретить представителей практически любой целевой аудитории.

В социальных сетях наблюдается тенденция применения следующих инструментов маркетинговых коммуникаций:

– реферальный маркетинг, когда управление и инициация маркетинговых коммуникаций осуществляется самой организацией, происходит продвижение продукта через рекомендации;

– «блоггинг» в формате сайта, пополняющегося информационными, аудио- или видео-сообщениями, который ориентирован на конкретную целевую аудиторию, при этом любой пользователь имеет возможность взаимодействия с данным рекламным продуктом, например, оставлять комментарии с интересующими вопросами;

– все большее распространение адаптации под мобильные устройства, а также разработка отдельных мобильных приложений;

– применение нативной рекламы, которая грамотно вписывается в общий социальный контекст и не вызывает раздражение у аудитории;

– контент-маркетинг – распространение полезной и востребованной для клиентов информации;

– вирусный или скрытый маркетинг (инфоповоды, интерактивные рекламные приложения).

Еще одна тенденция развития маркетинговых коммуникаций – превалирование визуального контента: визуальная составляющая для большого количества людей в настоящее время является ведущей в получении и восприятии информации, когда рекламная продукция воспринимается в зрительных образах. Разработка эффективного визуального контента применяется как в местах продаж продукции (визуальный мерчандайзинг), так и в Интернет-среде (визуализация сайтов, SMM-контента), поэтому при продвижении рекламных продуктов в сети

Интернет важным в данном случае является создание качественных графических материалов с применением современных программных средств [2]. Применение визуальных компонентов для аудитории в настоящее время является крайне важным при продвижении продукта, и в дальнейшем их применение будет распространяться все больше.

Персонализация и кастомизация – одна из наиболее эффективных современных тренд-технологий, которые используются в программе маркетинговых коммуникаций. Она заключается в персонализации рекламных сообщений и адаптации продукта или услуги под конкретного покупателя.

Таким образом, современный маркетинг настроен на то, чтобы выяснять потребности аудитории не только в товарах, но и способах и видах коммуникации. С применением новых информационных технологий и инструментов рассмотренные тенденции будут прогрессировать и усиливать свое развитие.

Список литературы

1. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития [Электронный ресурс]: монография. 162 с. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2018. URL: <http://scipro.ru/conf/monographmarketing.pdf> (дата обращения: 16.04.2022).

2. Смирнова Екатерина Алексеевна Тенденции развития маркетинговых коммуникаций в 2020–2022 гг. / Вестник ЧелГУ. 2020. №10 (444). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-marketingovyh-kommunikatsiy-v-2020-2022-gg> (дата обращения: 16.04.2022).

УДК 336

ТАКСОНОМИЯ МСФО (IFRS TAXONOMY)**Заречная Лариса Александровна**

к.э.н., доцент

Поволжский Институт Управления им. П. А. Столыпина

***Аннотация.** На сегодняшний день Таксономия МСФО используется для создания электронной финансовой отчетности, соответствующей Международным стандартам финансовой отчетности.*

***Ключевые слова:** таксономия, МСФО, фонд, информация*

***Abstract.** Today, the IFRS Taxonomy is used to create electronic financial statements that comply with International Financial Reporting Standards.*

***Keywords:** taxonomy, IFRS, fund, information*

Составление и предоставление финансовой отчетности являются неотъемлемой частью процесса обеспечения жизнедеятельности практически любой компании. На ее основе пользователи различных групп принимают решения в целях управления активами, оценки доходности капиталовложений, привлечения заемных средств, контроля и распределения рисков и так далее. Все большее количество компаний ведет учет по МСФО, это обусловлено процессом интеграции в сфере экономики, развитием рынков капитала, усилением роли транснациональных корпораций, увеличением затрат на подготовку финансовой отчетности. Однако, несмотря на значительное сближение российских стандартов бухгалтерского учёта и отчётности с МСФО, в данном вопросе остается много проблем.

Первая проблема, с которой сталкивается любой специалист, готовящий отчетность по МСФО, – разработка формы отчета, поскольку международные стандарты не содержат рекомендованных форм отчетности, что является значительным, отличающим от привычной формы для российского бухгалтера,

утверждаемой Министерством Финансов.

Рассмотрим способы формирования форм отчетности по МСФО:

1. Самостоятельная разработка. Данный подход по замыслу разработчиков стандартов является самым логичным. Данный способ предусматривает изучение материала, выбирая из текста все положения, раскрытия которых требуют стандарты. Однако, данный способ является не самой простой задачей даже для опытного специалиста [1;4].

2. Использовать примеры из обучающих материалов, размещенных в публичном доступе, от аудиторов Большой четверки. Также последние годы появляется все больше обучающих материалов, из которых можно почерпнуть необходимую информацию. Основной проблемой является то, что ни один пример не отразит особенности вашей организации и особенности раскрытия информации в отчетности, а соответственно данный способ потребует значительной корректировки.

3. В качестве ориентира использовать реальную отчетность крупных компаний, поскольку практически все публичные компании выкладывают свою отчетность в Интернет. Изучение этой отчетности, особенно для компании из подобной отрасли, будет хорошим инструментом в составлении собственного отчета. Однако и здесь остается вероятность упустить что-то важное, ведь у каждой фирмы используются операции, факты финансово-хозяйственной деятельности, которых не было у изучаемой компании [1;2; 5].

В настоящее время активно изучается и используется, достаточно перспективный метод предоставления отчетности по МСФО, который позволяет получить отчетность, по форме и полноте раскрытия информации не уступающую многолетним наработкам крупнейших аудиторских фирм. Этот источник называется Таксономия МСФО.

Таксономия МСФО – это проект под эгидой Комитета по МСФО, в рамках которого систематизируются и представляются в электронном виде показатели, которые подлежат раскрытию в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. В общем смысле таксономия – это учение о

систематизации и классификации. Разработчики МСФО запустили проект по систематизации всей информации, раскрытия которой требуют международные стандарты финансовой отчетности. И теперь ежегодно Фонд МСФО выкладывает на своем официальном сайте свежую версию таксономии, полностью соответствующую текущему тексту стандартов.

В настоящее время выпускают таксономию в двух вариантах: полную и по стандартам для малых и средних предприятий (т. е. как и сами МСФО).

Главная задача этого проекта – дать миру единый формат для обмена в электронном виде отчетностью, подготовленной в соответствии с МСФО.

Создание Таксономии МСФО понадобилось для эффективного обмена информацией, хранения и передачи отчетности по МСФО в электронном виде. В данном случае разработчики стандартов выбрали из стандартов и интерпретацией все положения, которые обязательно должны быть раскрыты в отчетности. Причем как числовые показатели, так и текстовые пояснения. Всего более 2000 обязательных к раскрытию показателей, из которых 1200 числовые и примерно 800 – текстовые пояснения [2;4;3].

Но Таксономия МСФО – это не просто список информации. Это великолепно структурированный документ, в котором выделены как основные формы отчетности – Отчет о финансовом положении, Отчет о прибыли или убытке (совокупном доходе), Отчет о движении денежных средств, Отчет об изменениях в капитале. – так и многочисленные примечания, сгруппированные по разделам: расшифровка основных средств, нематериальных активов, финансовых инструментов и т. д., всего более 50 разделов. Более того, таксономия учитывает положения новых стандартов, которые станут обязательными к применению в будущем. Получается, мы имеем идеальные формы отчетности, которые составлены не каким-то отдельным специалистом или фирмой, а непосредственно разработчиками стандартов. Есть только одна проблема.

Таксономия – это язык общения машин, а не людей. Это формат на базе языка разметки XBRL. Для неспециалиста в компьютерных технологиях просмотр, выложенных на сайте Фонда МСФО файлов ни о чем не скажет, для

человека они не читаемы. Данная проблема решается следующим образом - на сайте Фонда, где выложена таксономия, есть ссылка на специальные программы сторонних разработчиков для просмотра таксономии. Более того, для каждого показателя в таксономии имеется ссылка на пункт стандарта, который требует раскрытия данного показателя. Однако такое представление далеко от привычной нам таблицы. Дело в том, что таксономия оперирует не понятием «таблица», а только понятиями «структура», «дерево». Поэтому более сложные формы, такие как Отчет об изменениях в капитале или расшифровка состава и движения основных средств, прочесть достаточно проблематично. Все эти программы для просмотра таксономий – это неспециализированные инструменты для отображения отчетности по МСФО, для них не имеет значения, с какой таксономией работать.

Помимо основных форм отчетности, которые, к слову, содержатся в таксономии в общепринятых вариациях справочник содержит все примечания к отчетности. То есть все, что имеется в Таксономии МСФО, только наглядно и понятно для финансовых работников. Для изучающих стандарты – это ценный источник, систематизирующий содержание МСФО в части раскрытия информации, структуры активов и обязательств, прибылей и убытков.

В настоящее время, Таксономии МСФО на русском языке не существует. Отдельных форм отчетности для кредитных организаций или других специфических отраслей в таксономии МСФО так же нет (в отличие от таксономии US GAAP, где такое деление присутствует). Это связано с тем, что сами МСФО не содержат такого деления и являются универсальными стандартами для всех отраслей. Но это не значит, что таксономия бесполезна для банков и страховщиков. Общая структура представления информации, классификация, взаимозависимости едины для всех отраслей и могут служить отправной точкой и справочным материалом для подготовки своей, учитывающей особенности отрасли, отчетности [2;3;4;5].

Таким образом, не оспаривая подход разработчиков стандартов, по которому отчетность каждая компания должна разработать самостоятельно, считаем

очень полезным составление собственной отчетности на базе эталонного образца, которым выступают формы, заложенные в Таксономии МСФО. Использование эталона при составлении отчетности позволит пользователям быстрее и легче понимать многостраничные отчеты, имея ожидания относительно общей формы представления данных.

Список литературы

1. Соловьева О. В. Концептуальные основы финансовой отчетности в соответствии с МСФО: последние изменения / Международный бухгалтерский учет. 2021. № 40 (190). С. 2–11.

2. Пятов М. Л., Смирнова И. А. Концептуальные основы международных стандартов финансовой отчетности. М: 1-С Паблишинг, 2020. 198 с.

3. Морозова Т. В., Сафонова Э. Г. Профессиональное суждение на основе качественных характеристик концепций международных стандартов финансовой отчетности / Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. № 6. С. 77–82.

4. Ковалев Вит. В. Сущностные и конъюнктурные особенности трансформации финансовой отчетности / Международный бухгалтерский учет. 2019. № 41 (237) С. 2–8.

5. Генералова Н. В. МСФО и достоверность бухгалтерской отчетности / Финансы и бизнес. 2018. № 2. С. 142–148.

УДК 005.334

**СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Карницкий Кирилл Дмитриевич

Дзичковская Анастасия Викторовна

студенты

Научный руководитель: Харкевич Ирина Станиславовна,

магистр, старший преподаватель

УО «Барановичский государственный университет»,

город Барановичи, Республика Беларусь

***Аннотация.** Автор рассмотрел понятие, методы и процесс управления рисками предприятий АПК. Также были рассмотрены меры по управлению рисками, которые являлись неотъемлемой частью при построении эффективной системы управления рисками.*

***Abstract.** The author considered the concept, methods and process of risk management of agricultural enterprises. Risk management measures were also considered, which were an integral part in building an effective risk management system.*

***Ключевые слова:** предприятия АПК, сельское хозяйство, риски, управления рисками, методы управления*

***Key words:** agribusiness enterprises, agriculture, risks, risk management, management methods*

В современных условиях ведения производственной деятельности субъектами хозяйствования все большее внимание начинает уделяться управлению рисками. Данный интерес вызван необходимостью грамотного «встраивания» подсистемы управления рисками в общую систему управления организацией с целью обезопасить ее от негативного влияния факторов внешнего и внутреннего

воздействия и в целом повышения эффективности ее функционирования.

В целом под риском понимается возможность получения убытков, потери ресурсов или неполучения доходов при реализации управленческих решений.

Под управлением риском понимается процесс принятия и выполнения управленческих решений, которые минимизируют неблагоприятное влияние на организацию.

Сельское хозяйство, особенно растениеводство и зависящая от него перерабатывающая отрасль, является наиболее подверженной влиянию внешних факторов отраслью из всего агропромышленного комплекса.

В Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы определено, что в новой пятилетке будет продолжена реализация мероприятий Государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы. Исходя из этого, поставлена цель – повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, наращивание экспортного потенциала, развитие экологически безопасного сельского хозяйства, ориентированного на укрепление продовольственной безопасности страны, обеспечение полноценного питания и здорового образа жизни населения.

В соответствии с Государственной программой развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2021–2025 гг. к основным рискам относятся [1]:

- природно-климатические риски;
- торгово-экономические риски;
- макроэкономические риски;
- внешнеторговые риски;
- социальные риски.

С учетом специфики ведения сельского хозяйства данный перечень следует дополнить, выделив в отдельную группу производственные риски.

Основные методы минимизации рисков включают в себя уклонение, компенсацию, диссипацию и локализацию. Управление рисками в аграрном секторе следует рассматривать на различных уровнях, таких как предприятие, отрасль,

государство.

Хотя управление риском базируется на общих принципах, этот процесс имеет свою специфику на каждом уровне. В частности, данная специфика проявляется как в виде специфических процедур принятия решений, так и в форме специфических мероприятий по управлению риском. Например, для указанных уровней решения принимаются лицами, имеющими различное отношение к носителю риска: на государственном уровне это - чиновник (государственный служащий), для организации - менеджер.

На уровне субъектов хозяйствования можно предложить следующие меры по управлению риском:

- для снижения риска производства неконкурентоспособной и невостребованной продукции на рынке следует внедрить современные инновационные технологии ведения производства;
- строгое соблюдение технологии и контроля за сроками проведения агротехнических мероприятий, позволяет снизить производственные риски;
- использование высокопродуктивных сортов растений и пород животных, устойчивых к болезням;
- для предотвращения производственных рисков из-за выхода из строя техники, следует обновлять активную часть основных средств;
- развитие самострахования рисков;
- развитие базы для хранения продукции растениеводства, что позволит снизить риск порчи продукции;
- прогнозирование рыночной конъюнктуры;
- диверсификация производств.

На уровне государства среди мер по управлению риском можно отметить следующие:

- соблюдение мер, прописанных в Государственной программе развития аграрного бизнеса: осуществление мониторинга ситуации на мировом агропродовольственном рынке и разработку методов стимулирования

агропромышленного комплекса;

– проведение закупочных и товарных интервенций, тем самым государственная поддержка национального производства сельскохозяйственной продукции;

– поддержка и развитие системы страхования;

– вертикальная интеграция - образование агрохолдингов, т. е. присоединение низкорентабельных сельскохозяйственных организаций к высокорентабельным перерабатывающим предприятиям с целью повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности первых и формирования собственной сырьевой базы вторых;

– развитие потребительского патриотизма для формирования устойчивого спроса на сельскохозяйственную продукцию, в первую очередь продукцию растениеводства, с более высоким уровнем рентабельности, для снижения финансовых рисков;

– для дальнейшего развития инвестиционно-привлекательных отраслей - производство мяса, молока, продуктов переработки картофеля - необходимо привлечение инвесторов для внедрения современных технологий и наращивания производственных мощностей на уже существующих сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятиях;

– развитие экспортоориентированных производств с целью развития внешней торговли для привлечения валютных ресурсов.

Вышеперечисленные меры на всех уровнях должны осуществляться с разработкой и контролем соответствующей системы индикаторов риска на всех этапах производственного процесса, предполагающих высокий уровень риска с целью недопущения сбоев и принятия своевременных корректирующих мер.

Список литературы

1. Государственная программа развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2021–2025 годы. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 1 февраля 2021 г. № 59. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600303>. Дата доступа – 14.04.
2022.

УДК 338.27

МОДИФИКАЦИЯ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ WEB-СТУДИИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОДХОДА

Козлова Александра Вениаминовна

студент

Филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»,

город Смоленск

***Аннотация.** В статье кратко рассмотрены проблемы внедрения сбалансированной системы показателей в web-студию. С целью решения этих проблем предлагается использование инновационной составляющей в системе сбалансированных показателей.*

The article briefly discusses the problems of implementing a balanced system of indicators in a web studio. In order to solve these problems, the use of an innovative component in the system of balanced indicators is proposed.

***Ключевые слова:** модифицированная сбалансированная система показателей, инновационное решение, когнитивные менеджмент, маркетинговая стратегия*

***Keywords:** modified balanced scorecard, innovative solution, cognitive management, marketing strategy*

В последнее время наиболее актуальной проблемой в сфере ИТ-услуг становится проблема формирования компетенций современного управляющего для решения проблем современного мира, направленные на стабильное развитие инновационной компоненты в web-студии. Развитие кадрового состава компании остается приоритетным направлением, а креативность мышления становится одной из важных качеств сотрудника в любой сфере экономики, и особенно в сфере управления инновационными процессами. Идею всегда следует доводить до

стадии конечного товара или услуги, а измерение степени достижения высоко технологичной web-студией инновационных целей в процессе превращения научных разработок в товар и услугу представляется актуальной.

Решение проблемы развития и формирования измерительных систем представлены в трудах Нортон, Каплана, Ольве и целого ряда менее известных исследователей [1]. Использование когнитивного инструментария в управлении коммерциализацией научных результатов крайне важно с точки зрения знания особенных свойств инновационного рынка и его субъектов. Ибо инновационная деятельность по своему содержанию есть рыночная деятельность, так как она связана с выведением нововведения на рынок инноваций. В процессе инновационной деятельности реализуются функции продвижения, ценообразования и сбыта. Поэтому маркетинговая стратегия инновационной деятельности реализуется через изучение рынка инноваций, постановку целей, выбор стратегии, применение когнитивных инструментов ее реализации, а также адекватной измерительной системы для определения степени достижения маркетинговых целей и оценки процесса коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности.

Когнитивный менеджмент определяется как систематическое управление процессами, посредством которых знание идентифицируется, накапливается, распределяется и применяется в организации для улучшения ее деятельности. Использование когнитивных технологий способствуют рациональному использованию ресурсов и минимизации затрат, что экономически выгодно и соответствует политике бережливых инноваций, что особенно актуально после исследований японского опыта управления производством и поддержания концепции устойчивого развития. Исключительным преимуществом когнитивного менеджмента является то, что он использует знания для создания управленческих инноваций. Так в качестве основного механизма измерения степени развития и достижения стратегических целей предлагается использовать инструменты анализа. К ним можно отнести инструменты контроллинга, такие как: MesoOT – анализ и NDPESTLE-анализ, модифицированной CCP (BSC).

Сейчас многие web-студии разрабатывают документы, отражающие ее миссию и видение, но они не приносят большой пользы, так как большинство сотрудников не понимает, каким образом их повседневная работа связана со стратегией предприятия. Balanced Scorecard рассматривает цели и стратегию компании сквозь призму всеобъемлющей оценки ее деятельности. Индикаторы BSC показывают степень достижения поставленных целей, удовлетворенность клиентов, степень контроля над процессами компании и возможности для улучшения компании [2]. Но даже на предприятиях, использующих сбалансированную систему показателей в бюджетировании, наблюдается ряд проблем, которые наглядно показывают недостаточное внедрение стратегических целей в краткосрочное планирование. К недостаткам в стратегическом управлении web-студии можно отнести: отсутствие системы освоения инноваций; недостаток информации о направлении реализации стратегии среди не только штатных сотрудников, но и руководителей среднего звена и даже топ-менеджеров; ошибки в определении стратегических инициатив, что приводит к формированию некорректных ключевых показателей эффективности; недостатки в корпоративной культуре.

Инновационное развитие компаний стало одной из характеристик развития современного общества, которое позволяет привлечь требовательного потребителя, организовать дополнительные источники денежного потока и, в конечном счете, повысить стоимость компании. При формировании модифицированной сбалансированной системы показателей может быть разработана когнитивная карта (рисунок 1), предназначенная для стратегии управления знаниями в компании в разрезе формирования репутации среди клиентов. Показатели инновационной активности компании приведены на рисунке 2.

В рамках исследования предложены расчетные показатели инновационной активности компании, которые также можно включить в структуру модифицированной сбалансированной системы показателей. Важным показателем является также уровень затрат на технологические, маркетинговые, организационные инновации в общей выручке. В таблице 1 изображена модель модифицированной сбалансированной системы показателей web-студии в условиях

ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ.

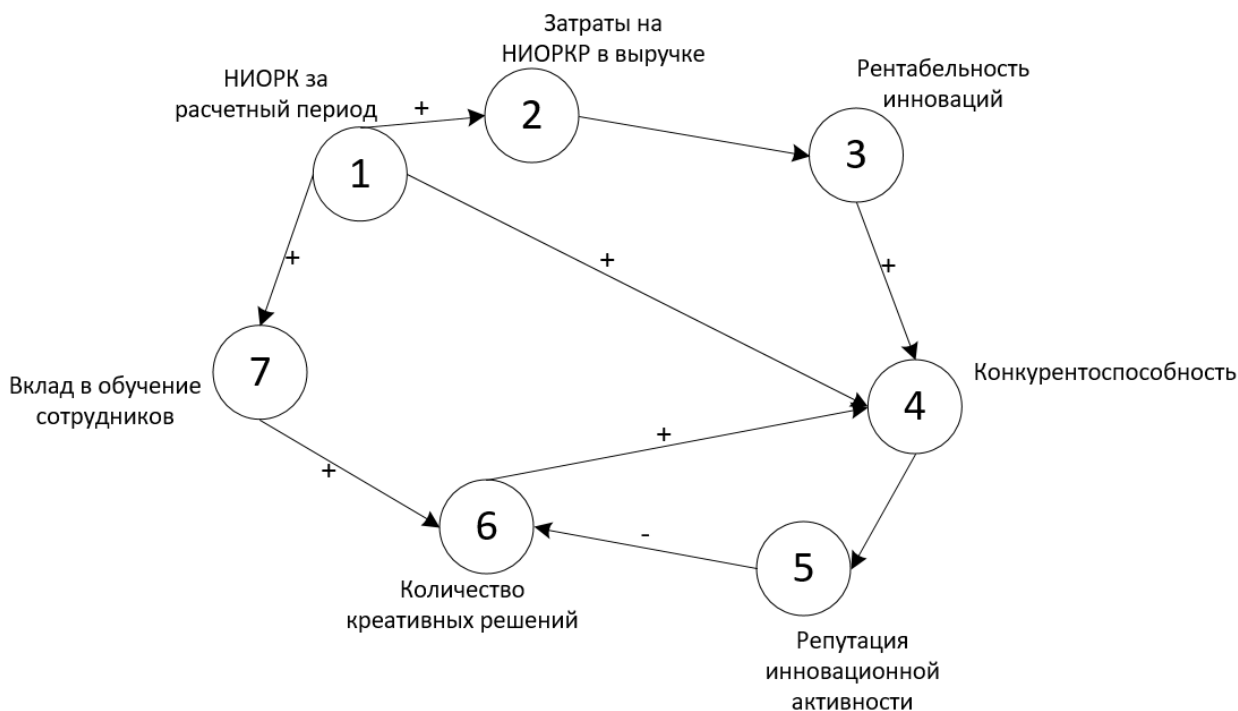


Рисунок 1 – Модель когнитивной карты инновационной активности

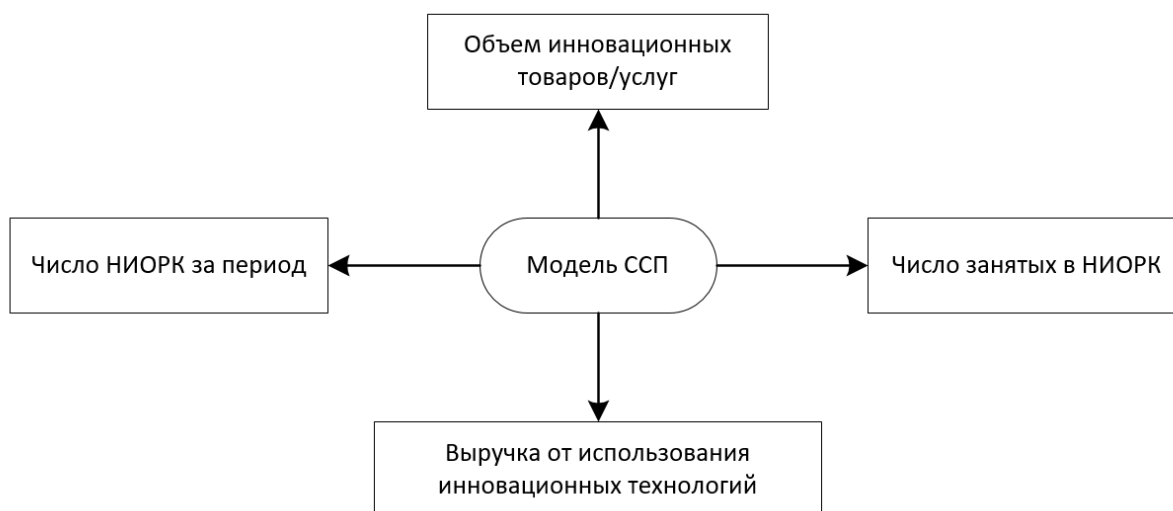


Рисунок 2 – Показатели инновационной активности web-студии

Таблица 1 – Модель модифицированной сбалансированной системы показателей компании и примеры показателей по проекциям (срезам, критериям)

1. Экономика и финансы	2. Внутренние бизнес-процессы
- общая выручка от продаж - прибыль - издержки - рентабельность - себестоимость товаров и услуг	- техническая оснащенность - автоматизированные системы - производственный цикл и процессы - электронный документооборот
3. Рынок (клиенты)	4. Обучение персонала и развитие web-

	студии
<ul style="list-style-type: none"> - репутация на рынке - качество товара и услуг - оптимизация процесса вывода на рынок инновационных нововведений - каналы продвижения инноваций 	<ul style="list-style-type: none"> - объем инновационных товаров и услуг - выручка от использования инновационных услуг - число занятых в НИОРК - число НИОКР за расчетный период
5. Безопасность бизнеса	6. Социальная ответственность руководителей web-студии перед персоналом
<ul style="list-style-type: none"> - сохранение доли активов у собственников - уровень риска - сохранность основных средств и отсутствие потерь 	<ul style="list-style-type: none"> - качество рабочих мест - наполненность бюджета социального развития коллектива - качество компенсационных выплат за вклад - финансовая емкость корпоративных программ
7. Социальная ответственность бизнеса перед местным сообществом	8. Инновационная активность
<ul style="list-style-type: none"> - корпоративные программы для поддержки развития молодежи - объем благотворительных программ для талантливых детей 	<ul style="list-style-type: none"> - внедрение новых и технологий - объем финансирования корпоративных исследований - количество созданных объектов интеллектуальной собственности

Таким образом, в связке «научные исследования – инновации – коммерциализация – продвижение нововведений на рынок инноваций – дистрибуция» особая роль отводится не только инфраструктуре инновационной экосистемы web-студии, но и применению когнитивных инструментов на каждом из указанных этапов управления. В ходе работы была показана необходимость разработки собственной инновационной системы web-студии для формирования эффективных маркетинговых стратегий и развития когнитивного мышления персонала.

В заключение можно сказать, что традиционную систему бюджетирования со стандартными стратегическими перспективами следует использовать тем организациям, которые работают на относительно стабильных рынках. Компаниям, которые работают на динамичном рынке и нацелены на инновационный путь развития, необходимо использовать адаптивную сбалансированную систему показателей, которая включает в себя инновационную стратегическую перспективу. Активизация инновационной деятельности позволяет web-студии выпускать новые виды продукции при снижении расхода ресурсов.

Список литературы

1. Ланская Д. В. Региональная экономика знаний и управленческие

инновации. - Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2017. - 304 с.

2. Султанов А. Д. Формирование сбалансированной системы показателей [Электронный ресурс] / StudNet. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-sbalansirovannoy-sistemy-pokazateley> (дата обращения: 15.04.2022).

УДК 332

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И СТРОИТЕЛЬСТВА ОБЪЕКТОВ ЖИЛЬЯ И РЕНОВАЦИИ

Мулич Адис Рифатович

магистрант

Карамова Аида Саркисовна

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО СГУ, г. Сочи

***Аннотация.** В статье освещены основные вопросы проблем и вопросов сферы строительства объектов жилья и реновации на современном этапе.*

Указаны некоторые направления деятельности органов местного самоуправления и государственной власти в области решения этих проблем.

***Annotation.** The article highlights the main issues of problems and issues in the sphere of construction of housing facilities and renovation at the present stage.*

Some areas of activity of local governments and state authorities in the field of solving these problems are indicated.

***Ключевые слова:** стратегическое планирование строительства жилья и объектов реновации; государственная жилищная политика; органы МСУ*

***Key words:** strategic planning of housing construction and renovation facilities; state housing policy; LSG bodies*

Проблема устойчивого развития среды жизнедеятельности и качества жизни населения является весьма актуальной для правительств большинства развитых стран, в том числе и для России. Рост в последние годы антропогенного воздействия агрессивной внешней среды на качество жизни человека снижает работоспособность граждан, а следовательно, и производительность их труда.

Реализация «Концепции перехода РФ к устойчивому развитию» предполагает осуществление последовательного перехода к сбалансированному решению

остросоциальных и экономических вопросов и проблем сохранения природных ресурсов для удовлетворения потребностей настоящего и последующих поколений. Все эти проблемы указала Нежникова Е. Н. в своей работе «Формирование стратегических приоритетов развития жилищной отрасли на основе создания конкурентоспособных объектов жилищного строительства».

Формирование в России приоритетов, стимулов и условий для строительства таких объектов позволит шире привлекать в экономический кругооборот средства предприятий и финансовые накопления платежеспособных граждан.

Увеличение объемов жилищного строительства определяет получение мультипликационного эффекта в национальной экономике от задействованного смежных со строительством отраслей на основе расширенного воспроизводства объектов жилого строительства и реновации с учетом выполнения требований к их качеству и экологичности.

Таким образом, целевая функция стратегии развития жилищной отрасли направлена на достижение социально-эколого-экономического эффекта от функционирования всех отраслей национальной экономики.

Однако главной причиной обострения жилищной проблемы является отсутствие целенаправленной государственной политики в жилищной отрасли. На это указывает, в частности, тот факт, что за четверть века реформ в стране не разработана и не принята стратегия ее развития.

Вместе с тем, несмотря на уже принятые за годы реформ и предпринимаемые в настоящее время органами власти меры, острота жилищной проблемы в России не снизилась, а значительно возросла. Безусловно, ситуацию усугубили:

- перманентные ограничения бюджетного финансирования жилищной отрасли;
- падение платежеспособного спроса населения на объекты жилищного строительства и реновации, и снижение их доступности;
- выполнение социальных обязательств государством перед некоторыми категориями граждан (ветераны, сироты, военные, врачи, учителя);
- противоречивость ФЦП «Жилище».

Необходимо указать с что основное направление в выполнении системы строительства жилья и объектов реновации ложится на органы местного самоуправления, при адекватной политике государства, федеральных целевых программе достаточно «рабочего механизма финансирования строительства особенно для части граждан, имеющих надежды на государство при получении такого жилья.

Существующие инструменты жилищной политики, при отсутствии или неполном наличии административных рычагов, особенно законодательной базы, говорит о том, что принятия государством стратегия развития рынка строительства жилья и реновации приведет к положительным эффектам.

На сегодняшний день необходимо признать, что степень внимания современной российской науки к исследованию механизмов и инструментов городской жилищной политики крайне невысока.

Интерес исследователей, как правило, привлекает изучение основ государственной или региональной жилищной политики. Между тем городская жилищная политика как предмет целостного исследования остается вне поля зрения.

Остроту проблем в данной сфере отмечали исследователи Бабичев К. Н в своей работе «Городская жилищная политика: механизмы и инструменты реализации», где четко указаны как критерии развития сферы строительства, так и основные проблемы, а именно:

- значение жилья для человека и значения жилья как товара;
- присутствие нестыковок и противоречий в жилищной сфере, где наблюдается несоответствие экономики РФ, темпам роста жилья и обеспечение социально-нуждающихся жильем;
- недостаточное привлечение инвестиционной составляющей для рынка нового жилья.

Стоит обратить внимание, что социальная сторона жилищного вопроса в нашей стране, давно уже указывается во всевозможных исследованиях как объект административного давления.

Административное давление, под которым мы понимаем не только

использование организованного потенциала для принуждения, но и отсутствие законодательной базы позволяющей защитить как одну, так и другую сторону при заключении договора или сделки.

Но тут необходимо указать на те самые инструменты жилищной политики, строительства жилья и реновации. Данный инструментарий очень разнообразный.

Следует указать первый, как положительный или предпочтительный. К нему можно отнести стимулирование строительства.

Политика стимулирования жилищного строительства включает в себя следующие инструменты:

- строительные субсидии и банковские займы, с целью предоставления в дальнейшем социального жилья нуждающимся;
- гарантированные обязательства по строительным кредитам;
- изменение налоговых ставок при получении кредита или займа;
- выделение земельных участков по разумным (сниженным) ценам или в аренду, а также участков с уже подготовленной государством инфраструктурой.

В заключении следует отметить, деятельность субъектов жилищной политики в настоящее время носит бессистемный характер и направлена, главным образом, на стимулирование спроса на жилье. Однако его предложение недостаточно эластично, что приводит к постоянному росту цен, опережающему увеличение средних доходов населения.

Список литературы

1. Жилищный кодекс РФ. т 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 30.12.2021): [Электронный документ], URL: <https://rulaws.ru/Zhilischnyy-kodeks/>
2. Государственная программа РФ «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [Электронный документ] URL: <https://rlw.gov.ru/zhilische>
3. Бабичев К.Н. «Городская жилищная политика: механизмы и инструменты реализации», автореф. дисс. на соиск.уч. ст. канд. экон.наук. спец.

08.00.05, Москва 2017 г.

4. Нежникова Е. Н. «Формирование стратегических приоритетов развития жилищной отрасли на основе создания конкурентоспособных объектов жилищного строительства» автореф. дисс. на соиск.уч. ст.док.экон.наук. спец. 08.00.05, Москва 2017 г.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 159

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОДХОДОВ К ИЗУЧЕНИЮ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ

Богомолова Маргарита Васильевна

магистрантка 2-го курса

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ», Россия, Новосибирск

***Аннотация.** Наша статья направлена на изучение теоретического обзора мотивационной сферы профессиональных спортсменов и на рассмотрения современных подходов к ее изучению. Область прикладной спортивной психологии продолжает расширяться. Спортсмены консультируются со спортивными психологами, консультантами по вопросам спортивной психологии по разным причинам, в том числе и из-за проблем, направленных на мотивацию спортсмена.*

***Ключевые слова:** мотивация, спортсмены, профессионалы, подходы, изучение, современные, зарубежные*

***Annotation.** Our article is aimed at studying the motivational sphere of professional athletes and at considering modern approaches to its study. The field of applied sports psychology continues to expand. Athletes consult with sports psychologists, consultants on sports psychology for various reasons, including because of problems aimed at motivating the athlete.*

***Keywords:** motivation, athletes, professionals, approaches, study, modern, foreign*

С точки зрения спортивной психологии, мотивация определяется как направление и интенсивность усилий. Мотивационные проблемы для

спортсменов могут проявиться в одной или обеих этих сферах. В частности, спортсмены могут больше не наслаждаться тренировками или соревнованиями и избегать того или другого. В этой ситуации направление мотивации спортсменов далеко от занятия спортом. Другим примером является то, что спортсмены просто проходят через участие в тренировках или соревнованиях. Спортсменам может не хватать мотивации, когда они говорят, что хотят продолжать участвовать, но их действия не соответствуют их словам (то есть они проявляются, но прилагают менее чем оптимальные усилия во время практики или соревнований) [2].

Рассматривая основные современные подходы к изучению мотивационной сферы спортсменов, выделим теорию достижения цели (С. Эймса, Дж. Дуды, С. Двека). В большинстве исследований в области спортивной психологии изучались две различные ориентации: Эго и задача (также называемая эффективностью, мастерством или обучением). Когда люди ориентируются на Эго, они чувствуют себя успешными, когда они работают лучше, чем другие (то есть нормативный взгляд на успех). С другой стороны, люди, ориентированные на задачи, рассматривают успех как самостоятельную цель. Другими словами, ориентированные на задачи люди считают себя успешными, когда они прилагают все усилия, учатся чему-то новому или достигают личного успеха. Разница между двумя ориентациями была описана как «Желание доказать» (то есть ориентация на Эго) и «Желание совершенствоваться» (то есть ориентация на задачу). Эти две ориентации не являются взаимоисключающими [5].

То есть люди могут стремиться либо приблизиться к успеху, либо избежать неудачи в любой из вышеперечисленных целей. Соответственно, модель включает четыре измерения целей: подход к задаче, избегание задачи, подход Эго и избегание Эго. Два типа подхода ориентированы на движение к успеху, тогда как два вида избегания направлены на то, чтобы избежать неудачи. Приведенные выше примеры ориентаций эго и задачи описывают варианты подхода этих ориентаций: в любом из них спортсмены приближаются к цели. Напротив, спортсмены, которые склонны избегать эго, считают себя успешными, если они

избегают проигрывать соперникам. Спортсмены с высоким уровнем уклонения от задач полагают, что они успешны, когда избегают неудачи, связанной с задачами или личными целями (например, стараясь избежать недостатка обучения или совершенствования) [3].

Таким образом, авторы этой теории показали нам разницу между двумя ориентациями, ориентация на Эго, говорит о том, что спортсмен будет стремиться избегать неудач, делая это любой ценой. А ориентация на Задачу, ориентирована на движение к успеху. Тем не менее, со слов С. Эймса, Дж. Дуды, С. Двека эти две ориентации не являются взаимоисключающими [3].

Следующую теорию, которую мы рассмотрим – это «Теория атрибуции» (Б. Вайнера) [2].

Большинство исследований в области спортивной психологии основано на работе Б. Вейнера, который предполагает, что существует три аспекта атрибуции:

- управляемость (то есть личная управляемость или неуправляемость);
- локус причинности (то есть внутренняя или внешняя по отношению к себе);
- стабильность (то есть изменяемая или неизменяемая во времени) [2].

В последующем было добавлено еще два аспекта атрибуции – это измерения глобальности (применимо ко многим ситуациям или конкретной ситуации) и универсальности (актуально для многих людей или индивидуально и лично). Атрибуты в управляемости и в локусе причинно-следственных связей, как правило, влияют на эмоциональные реакции спортсменов на успех и неудачу (например, на радость и гнев соответственно), тогда как атрибуты в показателях стабильности, глобальности и универсальности могут повлиять на ожидания спортсменов в будущем, успех (или неудача). В частности, спортсмены могут обобщать свои успехи и неудачи во времени (то есть в стабильности), в ситуациях (то есть в глобальности), а также в людях (то есть в универсальности). Хотя управляемость и локус причинности могут показаться излишними, различия существуют. Например, если Спортсмен сломает ногу, его травма будет

внутренней по отношению к нему (то есть внутреннему локусу причинности). В то же время, когда травма произошла, она не находится под его волевым контролем (то есть неконтролируемой) [3].

Исследования показывают, что после предполагаемой неудачи спортсмены лучше обучаются, объясняя неудачу внутренними, управляемыми, нестабильными и универсальными факторами. Кроме того, спортсмены лучше всего подходят к вопросу саморефлексии, объясняя свои успехи внутренними, контролируемыми, стабильными, личными и глобальными факторами. Когда успехи и неудачи объясняются таким образом, спортсмены, как правило, увеличивают свои ожидания относительно будущего успеха и самооффективности, принимают лучшие решения и участвуют в более адаптивном поведении. Также, спортсмены будут скорее искать объяснения своих неудач, чем своих успехов. Следовательно, спортивные психологи склонны работать со спортсменами чаще по признакам неудачи, чем успеха.

Следующую теорию выдвинули (А. Бандура, Р. Мэддакс, Д. Шанк), которая называется «Самоэффективность» [1].

Самоэффективность является формой уверенности в себе в отношении конкретных навыков. То есть у спортсменов может быть высокая уверенность в волейболе, но низкая самооэффективность для конкретного броска.

Существует шесть ключевых факторов, обеспечивающих самооэффективность спортсменов. Прежде всего, это:

- прошлые достижения спортсмена. Когда спортсмены достигли успеха в прошлом, они склонны ожидать его в будущем;
- вспомогательные переживания, такие как наблюдение за тем, как другой спортсмен успешно выполняет навык или занятие, также способствуют самооэффективности спортсменов. Вклад особенно велик, когда ролевая модель считается похожей на спортсмена (например, возраст, пол или способность);
- устное убеждение значимых других способствует самооэффективности спортсменов. Убеждение, может быть, в форме инструктивных или мотивационных заявлений. Учитывая связь между разумом и телом, на самооэффективность

спортсменов также влияют;

– физиологические состояния. Мысли об успехе могут быть в дефиците, когда спортсмены чувствуют чрезмерную усталость или возбуждение. Точно так же, поскольку чувства и мысли связаны, эмоциональные состояния спортсменов влияют на их самооффективность;

– разочарование, гнев или другие негативные настроения могут повлиять на самооффективность спортсменов;

– воображаемый опыт так же будет влиять на самооффективность спортсменов. Сравнивая прошлые выступления, когда спортсмены считают себя успешными в выполнении задания, они, по их мнению, достигли определенного успеха на определенном уровне [1].

Согласно этой теории самооффективность обязательно должна присутствовать у спортсмена, так как она является формой уверенности в себе в отношении определенных навыков. Выше авторы описывают факторы, которые влияют на самооффективность. Придерживаясь этих факторов самооффективность спортсмена, будет на высоком уровне.

Э. Дечи, Р. Райан выдвинули свою теорию, назвав ее «Теория самоопределения» [4].

Согласно теории самоопределения, внутренняя мотивация будет существовать, когда эти три аспекта (то есть компетентность, отношение и автономия) присутствуют у спортсменов.

Э. Дечи и Р. Райан предложили теорию самоопределения, которая утверждает, что существуют три основные потребности:

- автономия;
- компетентность;
- отношение.

Автономия – это чувство контроля или определения своих действий. Автономия будет высока, когда люди почувствуют, что они могут принимать свои собственные решения (например, они чувствуют себя самоопределенными) [4].

Потребность в компетентности включает в себя восприятие людьми того,

что они могут достичь успешных результатов.

Потребности в отношении будут удовлетворены, если человек будет удовлетворен своей вовлеченностью в социальный мир. В соответствии с этой теорией, когда эти три потребности удовлетворяются за счет участия в деятельности, внутренняя мотивация будет высокой [4].

Кроме того, вместо того, чтобы рассматривать мотивацию как внутреннюю или внешнюю, теория самоопределения включает различные степени внутренней регуляции (самоопределения) во внешней мотивации. В дополнение к континууму внешней регуляции и внутренней мотивации, теория включает в себя амотивацию, то есть отсутствие мотивации, и в этом случае любое действие по отношению к определенной цели является непреднамеренным.

Изучение работ зарубежных психологов позволило узнать еще одну теорию, которую разработали (Д. Эклс, Э. Вигфилд) «Теория ожидаемой ценности» [6].

Согласно Д. Эклсу и Э. Вигфилду, ценность субъективной задачи (ЦСЗ) включает причины, связанные с тем, хотят ли люди выполнять работу, связанную с задачей, или хотят добиться успеха в задаче [6]. ЦСЗ состоит из четырех основных компонентов: ценность достижения, внутренняя ценность, полезность и относительные затраты.

– ценность или важность достижения – это ценность, придаваемая выполнению задачи, или важность успешного выполнения задачи;

– внутренняя ценность, также известная как процентная стоимость, определяется как неотъемлемое удовольствие, получаемое от участия в задаче или деятельности;

– полезность – это потенциальная способность задачи помочь в достижении других краткосрочных или долгосрочных целей;

– относительная стоимость, включает количество усилий, которые, как предполагается, необходимы для выполнения задачи, потерю ценных альтернатив при участии в задаче и психологическую стоимость возможного сбоя в задаче.

Таким образом, даже если задача может быть оценена за ее будущую полезность (то есть ценность полезности), высокие затраты могут снизить общую ценность задачи, так что задача не будет выполнена. Поэтому, спортсмен должен уметь определять уровень возможных затрат для решения задачи.

Рассмотрев основные подходы к изучению мотивационной сферы спортсменов, можно заметить, что авторы рассматривают в своих теориях несколько аспектов и описывают, какой лучше работает, а чего лучше избегать чтобы достигнуть высоких результатов в спортивной карьере.

Список литературы

1. Бандура А. Теория социального научения. / А. Бандура – СПб.: Евразия, 2006 г. – 320 с.
2. Гордеева Т. О. «Мотивация достижения: Теории, исследования, проблемы»/ Т. О. Гордеева. – М., 2012 г. – 278 с.
3. Дергачева О. Е. Автономия и самодетерминация в психологии мотивации: теория Э. Деси и Р. Района / Леонтьев Д. А. Современная психология мотивации. – М.: Смысл, 2002–343 с.
4. Duda, J. L. (2001). Achievement goal research in sport: Pushing the boundaries and clarifying some misunderstandings. In G. C. Roberts (Ed.), *Advances in motivation in sport and exercise* (pp. 129 – 189). Champaign, IL: Human Kinetics.
5. Экл Д. Ожидания, ценности и мотивы: Психологические и социальные подходы – М., 2013 г. – 146 с.

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 340

ГРАЖДАНСКИЙ ПРОЦЕСС- ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В СУДЕ

Ельцова Наталья Сергеевна

магистрант

Научный руководитель: Ленковская Рената Романовна,

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет»

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются теоретические и практические вопросы судебного представительства, анализируются положения действующего законодательства и предложения по его совершенствованию, закрепленные в Концепции и проекте единого Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации. В статье обращается внимание на терминологические противоречия в понятии «судебное представительство». Раскрывается более широкое понимание законного представительства, в том числе в случаях, предусмотренных материальным правом. Обоснование нецелесообразности пространного подхода сделано на примере правила о представительстве капитанов судов.*

В данной статье описаны пути изменения действующего процессуального законодательства с целью устранения неблагоприятных правовых последствий, которые носят как процессуальный, так и материальный характер.

***Ключевые слова:** судебное представительство, законное представительство, гражданское процессуальное законодательство, представитель по гражданским делам, капитан морского судна*

Институт судебного представительства является важнейшей гарантией конституционного права на судебную защиту, предусмотренного ст. 46 Конституции РФ. Несмотря на то, что в науке гражданского процессуального права

вопросам представительства уделялось и уделяется особое внимание, современное российское законодательство в этой области остается весьма несовершенным [2].

В последние годы проведена реформа материального и процессуального права: вступили в силу многочисленные поправки в ГК РФ, ГПК РФ, реформирован порядок создания третейских судов, и понятие Единого Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации (далее - понятие единого ГПК).

Следует честно отметить, что научная разработка вопроса о представительстве иных лиц, помимо родителей, опекунов, попечителей и усыновителей, в современных диссертационных исследованиях ограничивается категорическим отнесением этих вопросов к представительству, без критического взгляда на этот вопрос.

Вопросы судебного представительства всегда были предметом дискуссий, тем более что этот процессуальный институт уже содержит в себе множество противоречий в самом названии.

Во-первых, следует понимать, что выражение «судебное представительство» является частично условным и не должно толковаться буквально, чтобы не создавать ложного впечатления о том, что все остальные виды представительства являются незаконными, поскольку не основаны на законе.

Во-вторых, закон не является единственным условием установления законного представительства, для чего необходим целый комплекс оснований, в том числе: правовые нормы, дееспособность, юридические факты.

Таким образом, юридическое представительство является неоднозначным, многогранным процессуальным институтом, требующим тщательного изучения.

Согласно устоявшемуся представлению, необходимость юридического представительства объясняется тем, что «представляемый в силу своей недееспособности или ограниченной дееспособности не может избрать представителя по своей воле, поэтому он определяется законом. Предусмотренное процессуальным законодательством регулирование данного вопроса находится в непротиворечивом единстве с обозначенным подходом. В соответствии со ст. 52 ГПК РФ

и ст. 59 АПК РФ, родители, усыновители, опекуны и попечители недееспособных и ограниченно дееспособных лиц, а также попечители, имущество которых передано безвестно отсутствующему лицу [1].

Проанализировав действующее законодательство, можно выделить и другие упоминания в законодательстве о процессуальных отношениях, связанных с возникновением представительства в суде, например:

- лицо, переданное в доверительное управление наследственным имуществом, выступающее в качестве представителя наследников (ст. 1173 ГК РФ);
- адвокат, назначенный представителем ответчика, место жительства которого неизвестно (ст. 50 ГПК РФ);
- издатель, опубликовавший произведения анонимно или под псевдонимом, выступающий представителем авторов этих произведений в делах об авторском праве (п. 2 ст. 1265 ГК РФ);
- консулы как представители граждан Российской Федерации в судебных инстанциях за границей (п. 10, п. 8 Положения о консульском учреждении и консульских соглашениях);
- руководитель организованной группы несовершеннолетних туристов в качестве их представителя (п. 27 ст. 1 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»);
- капитан судна как представитель судовладельца или грузовладельца (ст. 71 ГМ РФ).

Приведенные примеры демонстрируют представление о широком объеме понятия «правовое представительство», включающем в себя несколько проявлений. Широкое понимание законного представительства объясняется тем, что представляемая сторона по разным юридическим или фактическим причинам не может самостоятельно избрать себе представителя, что, следовательно, определяется законом [3].

Такое широкое понимание законного представительства в суде принимается и составителями Концепции единого ГПК, а проблема правового представительства лиц в судебном процессе носит теоретико-практический характер и

проявляется в терминологических разногласиях, выражающихся в практической деятельности в иной сфере процессуальных полномочий.

Возвращаясь к Концепции единого ГПК, проекту единого ГПК, воплощающему в себе будущее гражданского процессуального законодательства, следует отметить, что составители Концепции в части судебного представительства прибегают к норме модель советского периода, утратившая свою актуальность сегодня, тем самым внося больше противоречий, чем совершенствуя законодательство. Крайне важно по-новому взглянуть на существующие в гражданском процессе отношения представительства и обновить действующее законодательство в этой сфере правового регулирования.

В связи с этим, мы предлагаем п. 1 ч 1 ст. Статья 81 проекта ГПК гласит: «Защиту прав, свобод и законных интересов недееспособных или недееспособных граждан в суде осуществляют их родители, усыновители, опекуны, попечители».

Все иные указанные в законодательстве случаи, которые так или иначе предполагают представительство на основании закона, должны устанавливаться по правилам договорного представительства. Точная формулировка позволяет снять сомнения в возможности распространения понятия «законный представитель лица в процессе» на случаи, предусмотренные материальным правом.

Разумно предположить, что при этом необходимо будет внести определенные изменения и в соответствующие нормы материального права.

Список литературы

1. Гражданский процесс: Учебник / Под ред. М. К. Треушникова. М., 2014. - С. 198 (автор главы - Е. В. Салогубова).
2. Ильинская И. М., Лесницкая Л. Ф. Судебное представительство в гражданском процессе. М.: Юрид. лит., 1964; Розенберг Я. А. Представительство в советском гражданском процессе. Рига, 1974; Шерстюк В. М. Судебное представительство по гражданским делам. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983; Табак И. А. Новые положения судебного представительства в гражданском судопроизводстве:

Дис. ... канд. юрид. наук. Саратов, 2006. – С. 67.

3. Осокина Г. Л. Гражданский процесс: Общая часть. М., 2013. С. 290–298;
Она же: Понятие, виды и основания законного представительства / Российская юстиция. 1998. № 1. - С. 43–44.

4. Розенберг Я. А. Указ. соч. С. 66; Иоффе О. С. Советское гражданское право. - М., 1967. - С. 204.

5. Скворцов А. И. Правовой статус капитана в международном мореплавании: Дис. ... канд. юрид. наук. СПб., 1999. С. 8. Подробнее об истории вопроса см.: Кокин А. С. Кодекс торгового мореплавания и Гражданский кодекс Российской Федерации по вопросу о статусе капитана морского судна как законного представителя судовладельца и грузовладельца / Актуальные правовые аспекты современной практики международного коммерческого оборота: Сборник статей / Под ред. А. С. Комарова. - М.: Статут, 2016. - С. 94–116.

УДК 343.131.5

**ПРОБЛЕМА РЕАЛИЗАЦИИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ЛИЦ С ФИЗИЧЕСКИМИ
И ПСИХИЧЕСКИМИ НЕДОСТАТКАМИ В РАМКАХ
УГОЛОВНОГО СУДОПРОИЗВОДСТВА**

Фомина Елена Николаевна

студент

Научный руководитель: Власов Валерий Александрович,

канд. юр. наук, доцент

Сибирский юридический институт МВД России

***Аннотация.** В статье рассмотрены проблемные аспекты реализации защиты прав лиц с физическими и психическими недостатками в рамках уголовного судопроизводства. Внесены предложения по усовершенствованию законодательства уголовного судопроизводства.*

***Abstract.** The article discusses the problematic aspects of the implementation of the protection of the rights of persons with physical and mental disabilities in criminal proceedings. Proposals have been made to improve the legislation of criminal proceedings.*

***Ключевые слова:** уголовное судопроизводства, участник, лица с физическими и психическими недостатками*

***Keywords:** criminal proceedings, participants, persons with physical and mental disabilities*

Исследование личности подозреваемых, обвиняемых, потерпевших, свидетелей и других участников уголовного судопроизводства непосредственно связано с назначением уголовного судопроизводства (статья 6 уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (далее – УПК РФ) [4]. В данной работе хотелось бы поэтапно рассмотреть проблемы, связанные с реализацией прав на защиту «слабой» группы – лиц с физическими и психическими недостатками. В

практическом смысле актуальность темы высока на фоне того факта, что по данным официальной статистики, представленным на сайте Федеральной службы государственной статистики Данный вопрос является актуальным и на сегодняшний день, поскольку имеется тенденция роста этой категории населения. По состоянию на 1 февраля 2022 года общая численность инвалидов составляет 10 519 054 тыс. человек [3], что является значительным показателем. Недостатки, имеющиеся у лица, не лишают его процессуальной дееспособности, они лишь заметно осложняют и затрудняют реализацию им своих процессуальных прав на защиту, не позволяя эффективно и полноценно защищаться. В этой связи необходимо предпринимать всевозможные способы и методы для защиты их прав, в том числе и конституционных.

Очевидно, что следователь (дознатель) при изучении материалов уголовного дела обязан выяснить у участников уголовного процесса наличие (отсутствие) таких недостатков для правильного и грамотного построения тактики проведения следственных и иных процессуальных действий, а также для успешного расследования уголовного дела.

В случае участия лица с физическими (психическими) недостатками в первую очередь возникает вопрос: необходимо ли привлекать к участию защитника в такой ситуации? Физические или психические недостатки – это индивидуальные психофизические особенности человека, оказывающие неблагоприятное воздействие на формирование личности и ограничивающие ее жизненные интересы, и потребности. Основным критерием процессуально-правовой значимости таких недостатков выступает невозможность таких лиц самостоятельно осуществлять свое право на защиту. Однако установить в какой мере и почему тот или иной недостаток влияет на способность подозреваемого (обвиняемого) самостоятельно защищать свои права можно только на основании каких-то объективных признаков. С. П. Щербой считает, что психологическими критериями недостатков, мешающих подозреваемому (обвиняемому) самостоятельно осуществлять свое право на защиту, являются:

- а) утраченная либо ослабленная, ограниченная способность лица

воспринимать обстоятельства, имеющие существенное значение для дела;

б) утраченная, ограниченная, затрудненная способность обвиняемого воспринимать воспринятое, пользоваться разговорной речью, излагать свои показания [2, с. 85]. Стоит отметить, что ст. 51 УПК РФ напрямую закрепляет обязательное участие защитника для подозреваемых, обвиняемых, которые в силу физических или психических недостатков не могут самостоятельно осуществлять свое право на защиту.

В соответствии с п. 15 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации [1] к таким лицам следует отнести: в частности, тех, у кого имеется психическое расстройство, не исключающее вменяемости, а также лиц, страдающих существенным дефектом речи, слуха, зрения или другим недугом, ограничивающим их способность пользоваться процессуальными правами. Исходя из буквального толкования разъяснений, обоснованно приходим к выводу, что не каждому лицу необходима профессиональная помощь со стороны защитника. Однако, в рамках этой проблемы не урегулированы вопросы, касающиеся свидетеля и потерпевшего. На наш взгляд, лицом, представляющим их интересы должен выступать – представитель.

Достаточно актуальным является вопрос о привлечении специалиста (специалист в значении лица, участвующего в следственных и иных процессуальных действиях) по уголовному делу для успешной реализации права на защиту для подозреваемого (обвиняемого), потерпевшего и свидетеля. При наличии к тому оснований, правоохранительные органы должны обеспечить лицо соответствующими специалистами (владеющих навыками сурдоперевода, применения системы Брайля и т. д.), однако, в некоторых случаях привлечение такого участника может привести к увеличению разумного срока уголовного судопроизводства, поскольку такие специалисты не так популярны и, следовательно, их поиск затруднен. С практической точки зрения представляется возможным, чтобы следователь (дознатель) знали, к кому следует «обратиться за помощью».

Немаловажным является и психологический аспект у должностных лиц. Так, лицо, ведущее производство по уголовному делу: во-первых, должен

вовремя распознать, что лицо, привлекаемое к участию в уголовном деле имеет физические или психические недостатки; во-вторых, для успешного расследования дела следователю необходимо оперировать не только знаниями в области юриспруденции, но и психологии с целью установления психологического контакта с субъектом и получения достоверных доказательств; в-третьих, задача усложняется тем, что тактические приемы для каждой конкретной ситуации различны, а также не все имеют нормативного закрепления в уголовном судопроизводстве.

Не урегулирован вопрос проведения следственных и иных процессуальных действий с участием лиц с ограниченными возможностями. Например, ставится вопрос о том, как проводить опознание для слабовидящих или слепых лиц, выступающих в качестве потерпевших, если такое следственное действие является единственным доказательством по уголовному делу. По нашему мнению, решением данной проблемы является проведение опознания по голосу и речи, если представится такая возможность, поскольку данное следственное действие напрямую связано с такими психическими процессами, как восприятие, запоминание и воспроизведение. Однако, возникает трудность на фоне того, что данный вид опознания в УПК РФ не закреплен, хотя на практике применяется [5].

Современное общество стремительно развивается, вместе с тем происходит, в том числе и развитие информационно-телекоммуникационных технологий. Считаем, что некоторые следственные действия можно производить с применением сети «Интернет» (дистанционно), например, допрос. На наш взгляд, данное предложение является целесообразным в связи с тем, что такому лицу не будут доставлены неудобства, связанные с доступным и комфортным проходом в места для производства предварительного расследования или следственных действий. Стоит отметить, что под «неудобствами» в данной работе имеется в виду: отсутствие специальных пандусов, широких проемов дверей, настилов и достаточного освещения.

Отдельно следует рассмотреть существенную проблему для категории «слабовидящие или слепые». Для того, чтобы ознакомить их с материалами по

уголовному делу, необходимо печатать материал на специальном принтере, с использованием шрифта Брайля, такие принтеры в России не являются распространенными в связи с тем, что представляются «дорогостоящим инструментом». Однако, на практике такое нововведение позволило бы в соответствии с назначением уголовного судопроизводства и положениями международных конвенций – создать равные условия для всех граждан Российской Федерации, в том числе такие условия, в которых бы лица с ограниченными возможностями могли бы сами в полном объеме реализовывать свои права и обязанности, оставаясь при этом активными членами общества.

По-нашему мнению, рассмотренные вопросы возможно урегулировать при помощи закрепления лиц с ограниченными возможностями в качестве самостоятельного участника уголовного судопроизводства в главе 8 УПК РФ (Иные участники уголовного судопроизводства), где зафиксировать их права и обязанности (по аналогии с другими участниками – подозреваемый, обвиняемый, потерпевший и свидетель, с определёнными изъятиями из этих норм, которые обусловлены спецификой данного участника), а также установить правила привлечения участия в следственных и процессуальных действиях. Следовательно, приходим к выводу о необходимости усовершенствования нормативно-правовой базы для этой социальной группы. Таким образом, лица с физическими и психическими недостатками требуют пристального внимания со стороны государства, поэтому очень важно решить те проблемы, которые были обозначены выше.

Список литературы

1. О практике применения судами законодательства, обеспечивающего право на защиту в уголовном судопроизводстве: постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 30.06.1015. № 29 / КонсультантПлюс: справочно-правовая система.

2. Сефикурбанов К. С., Оганесян А. Х. О понятии физических и (или) психических недостатков в уголовном судопроизводстве / Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. 2017. №2. С. 83–

88.

3. Статистические сведения: Федеральной службы государственной статистики: [Офиц. сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964>.

4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ / СПС Консультант Плюс.

5. Апелляционное постановление от 13 июня 2019 года по делу № 2–4/2019 / Судебные и нормативные акты РФ: [Офиц. сайт]. URL: https://sudact.ru/vsrf/doc/L8FBMw3zy1HO/?page=2&vsrf-judge=&vsrf-case_doc=&vsrf-txt=предъявление+для+опознания+по+голосу+и+речи&vsrf-date_from=&vsrf-lawchunkinfo=&vsrf-date_to=&_=1625200548870&snippet_pos=4726#snippet / (дата обращения: 28.03.2022).

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 336

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕЖИМА

Родионова Анна Юрьевна

Чернова Дарья Дмитриевна

обучающиеся

Научный руководитель: Правкина Ирина Николаевна,

к.ю.н., доцент

ФГКОУ ВО «Московская академия Следственного комитета Российской
Федерации», город Москва

Аннотация. В статье анализируется понятие «политический режим», раскрывается его сущность, исходя из базового для теории государства и права характера. В частности, рассмотрены различные подходы авторов к определению данного понятия. Продемонстрирована зависимость специфики политического режима от культурных, духовных, национально-психологических, экономических факторов, особенностей менталитета.

The article analyzes the concept of "political regime", reveals its essence, based on the basic nature of the theory of state and law. In particular, various approaches of the authors to the definition of this concept are considered. The dependence of the specifics of the political regime on cultural, spiritual, national-psychological, economic factors, peculiarities of mentality is demonstrated.

Ключевые слова: политический режим, государственный режим, государство, цели

Keywords: political regime, state regime, state, targets

Вопросы политического режима и его видового многообразия в теории государства и права является традиционными, так как политический режим

является элементом формы государства.

Категория политического режима стала предметом изучения в государственно-правовой западной науке со второй половины 40-х годов 20 века и нашла свое отражение в трудах таких исследователей, как Х. Арендт, Р. Арон, З. Бжезинский, М. Дюверже, М. Кертис, С. Липсет, К. Фридрих и др. В отечественном государствоведении и правоведении понятие «политический режим» вводится в научный оборот лишь в 60-е годы нашего столетия. Среди первых работ по данной проблематике можно назвать исследования Ф. М. Бурлацкого, А. А. Галкина, А. И. Денисова, Л. И. Каска, И. Д. Левина, Г. И. Манова, В. С. Петрова, Б. А. Стародубского, В. О. Тененбаума и др. [4].

В теории государства и права, где рассматриваемая категория употребляется часто, под политическим режимом принято понимать совокупность приемов и методов, при помощи которых осуществляется политическая власть. В этом плане сам термин «политический режим» используется, главным образом, для характеристики формы государства и при анализе основных направлений систематически осуществляемой государственной деятельности, в которой раскрывается его сущность и социальное назначение [1].

Наука теории государства и права выработала «формальные» определения режима. В основном такой подход можно увидеть в работах Н. Г. Александрова, А. И. Демидова, А. Ф. Черданцева, и др.

В основном выделяются такие подходы как институциональный и социологический. Рассмотрим каждый из них.

Институциональный или политико-правовой опирается на нормы и правила отправления власти государственными институтами, при использовании данного подхода понятие политического режима сливается с понятием государственного строя. Этот подход был характерен в основном для французского государствоведения. В связи с этим выделялись следующие виды политических режимов: режим сотрудничества властей, режим разделения властей и режим слияния властей.

Социологический делает акцент на анализе способов и средств, с помощью

которых может осуществляться публичная власть и которые обусловлены характером коммуникаций, системой разделения труда и т. д. Второй подход даёт возможность для сопоставления официальные и реальные нормы поведения субъектов в сфере власти, отражает состояние прав и свобод. В данном подходе рассматриваются также группировки, которые не обладают формальным статусом, но реально влияющие на принятие тех или иных решений.

Необходимо отметить подход Йозефа Шумпетера (1883–1950), он говорит, что содержание понятие правового режима составляет своеобразие властного руководства, управляемыми через конкретную систему институтов во имя достижения общих целей политики государства.

По мнению Д. Истина политический режим — это «правила и цели политического взаимодействия» [5] к их числу относятся:

- 1) ценности - жизненно важные, а также желаемые события и цели;
- 2) нормы-правила. Бывают двух видов: легальные - которые закреплены государством и обычные – вошли в общественное сознание в качестве догмы;
- 3) авторитет-желание общества подчиняться действующей государственной власти.

Говоря о динамике политического режима, стоит отметить, что политический режим формируется под действием ряда факторов: в результате государственно - организованных и регулируемых им действий и процессов, и в результате деятельности оппозиционных данному движений и сил «Следовательно, происходит совмещение нормативной регуляции социальных отношений, институтами политической системы, с общественной саморегуляцией» [2] социальных групп, слоёв, граждан и т. д.

Нельзя не сказать о том, что политический режим выступает в качестве саморегулирующейся модели функционирования политической системы всего общества, построенной в соответствии с внешними и внутренними условиями существования конкретного государства и направленной соответственно на его функционирование, защиту и развитие.

Переходя к определению политического режима, стоит отметить, что

подходов к определению политического режима столько же, сколько ученых, занимавшихся изучением данной темы.

Так, С. С. Алексеев представляет нам такое определение: «Политический режим – это методы осуществления политической власти, итоговое политическое состояние в обществе, которое складывается в результате взаимодействия и противоборства различных политических сил, функционирования всех политических институтов и характеризуется демократизмом или антидемократизмом.»

В. К. Бабаева в своём учебнике говорит о том, что политический режим используется в трёх значениях. Первое значение- политический режим то же, что и форма государства. Второе — это то, что политический режим – это явление, которое предопределяет особенности функционирования политической системы. Третье значение политического режима чаще всего используется в юриспруденции в качестве элемента, который характеризует форму государства как форма правления и форма государственного устройства.

Н. И. Матузов, А. В. Малько обращают внимание на зависимость политического режима и такого понятия как государственный режим. Они выделяют две точки зрения, согласно которым одни авторы отождествляют эти два понятия, другие считают, что «политический режим» понятие шире, чем «государственный режим», так как включает в себя методы осуществления политической власти как со стороны государства, так и со стороны политических партий, общественных организаций, общественных объединений и т. д.

В отечественной литературе даются и другие определения политического режима, например, политический режим — это уровень гарантированному прав и свобод личности, совокупность способной государственного руководства, совокупность средств и способов властвования, конкретное проявление государственной организации, выражающееся в состоянии политической свободы в обществе (например, В. С. Петров) [3].

Профессор В. Н. Протасов рассматривал политический режим в узком и широком смысле. В широком смысле — это вся политическая атмосфера общества, которая определяется взаимодействием политических институтов и

политических сил с государственной властью, в узком же — это государственный режим.

Для более углубленного изучения данного вопроса стоит обратиться к такой общественной науке, изучающей политическую организацию и политическую жизнь общества как политология. И, конечно, подходы к определению политического режима тщательно в ней изучаются на сегодняшний момент.

Одним из первых в политической науке определение политического режима дал французский учёный Морис Дюверже. В его понимании политический режим — это особый социальный механизм, способ управления обществом, который соединяет в себе базовые модели, принятия решений и голосования с одной стороны и способы политического участия партий и групп интересов с другой.

Стоит обратить внимание также на то, что понимается политический режим отечественными и зарубежными учёными по-разному. Зарубежная наука делает акцент на том, что политический режим имеет тесную связь с народовластием, т. е. участие граждан в управлении государством. Как правило в этих странах данным вопросом занимаются политологи, а не правоведы.

Таким образом, политический режим зависит от соотношения политических сил в обществе, личности вождя и особенностей правящей партии; политической культуры граждан, исторических и социокультурных традиций; обладает особыми методами реализации и временными рамками. Политический режим формируется неосознанно, вследствие общих усилий многих субъектов политического процесса и не может быть установлен. Режим, на наш взгляд, это своего рода жизнь, «дыхание», размеренное и упорядоченное движение политической системы любого государства.

Список литературы

1. Социалистическая законность и применение права / Н. Н. Вопленко; под ред. М. И. Байтина. - Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1983. - 184 с.
2. Политический режим в современном мире: Понятие, сущность,

тенденции развития / С. Ю. Кашкин. - М.: Юрист, 1993. - 56 с.

3. Теория государства и права: Учебник / Л. И. Спиридонов. - М.: Изд. группа «Перспект»: Фирма «Гардарика», 1996. – 300 с.

4. Политический режим: сущность, содержание и типология: Учеб. пособие / А. А. Шанин; М-во образования Рос. Федерации. Волгогр. гос. ун-т. - Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2002. – 113 с.

5. Easton D. System Analysis of Political Life. N.Y., 1957. P.200.

УДК 378.4

**ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
И АРХИВОВЕДЕНИЯ**

Америкова Екатерина Валерьевна

Шилина Софья Андреевна

студенты факультета русской филологии и документоведения

Научный руководитель: Леонова Юлия Юрьевна,

доцент

ТГПУ им. Л. Н. Толстого «Тульский государственный педагогический
университет имени Льва Николаевича Толстого», г. Тула

***Аннотация.** В статье освещается тема, касающаяся проблем профессиональной подготовки специалистов в области документоведения и архивоведения. Обозначаются и раскрываются недостатки, связанные с обучением по данному направлению. Приводятся примеры высших учебных заведений, предоставляющих образовательные услуги по данному направлению.*

***Ключевые слова:** архивоведение, документ, документоведение, направление подготовки, обучение, специалист*

Документ – это неотъемлемая часть нашей жизни, поэтому во все времена ценились специалисты, которые работали с деловыми бумагами. Каждый документ несёт какую-либо важную или ценную информацию, поэтому их необходимо хранить до определённого срока. Работа с документами и их хранение требуют соответствующих знаний и навыков.

Документовед – специалист, без которого придется нелегко любой организации, это человек, знающий все тонкости работы с деловыми бумагами, которые помогают избежать серьезных юридических ошибок при их оформлении. Также на любом предприятии есть архив, а значит, каждой компании нужен

специалист, который будет обладать навыками работы с документами в области их хранения.

Основными профессиональными качествами документоведа и работника архива являются ответственность, внимательность, аккуратность, усидчивость и грамотность. Важнейшим аспектом работы в данной области является знание законодательных и нормативно-правовых актов, постановлений, распоряжений, приказов, других руководящих и нормативных документов вышестоящих органов, касающихся документационного обеспечения управления. Мы не можем представить современный мир без инновационных технологий, они проникают во все сферы нашей жизни, в том числе и в документооборот. Работа с документами постоянно совершенствуется, поэтому круг задач, ставящихся перед работниками значительно расширяется, в связи с этим, документовед должен изучить порядок планирования, проектирования и технологию работы на базе организационной и вычислительной техники служб документационного обеспечения управления; методы исследования, анализа, проектирования и развития документационных систем; порядок оформления, классификации, хранения, экспертизы ценности документов; организацию архивного дела; нормативные и методические документы по проектированию и эксплуатации автоматизированных информационных систем управления; основы программирования; методы проектирования и актуализации баз и банков данных; документообразование; правила и нормы охраны труда. Профессия требует качественной подготовки квалифицированных кадров.

Несмотря на то, что данные профессии являются востребованными и актуальными, наблюдается ряд проблем при обучении специалистов:

1. Традиционный подход к пониманию профессии. Преподавателям, осуществляющих подготовку будущих специалистов необходимо строить программу обучения основываясь не только на фундаментальной информации, но и учитывая обновляющуюся законодательную базу и стремительный компьютерный прогресс.

2. Низкая компьютерная грамотность. Не все вузы уделяют должное

внимание дисциплинам, связанным с освоением различных компьютерных программ. Современному специалисту недостаточно базовых теоретических знаний, чтобы справляться со своими обязанностями на должном уровне. Электронный документооборот является неотъемлемой частью многих организаций, поэтому при приеме на работу приоритет будет отдан специалисту, обладающему знаниями в информационно-технологической сфере.

3. Недостаточная техническая оснащенность. В некоторых случаях при обучении будущих специалистов могут возникнуть пробелы в практическом применении знаний, в связи с недостаточным количеством компьютерного оборудования или с устареванием используемых технологий.

4. Отсутствие желания абитуриентов осваивать данную профессию. Вернемся к сказанному выше, традиционное понимание профессии, стереотипы о монотонности работы с документами, о пугающих и пыльных архивных помещениях отбивают желание осваивать данную специальность, также многие думают, что заработанные платы данных специалистов оставляют желать лучшего, но, получив качественное образование в данных областях, вы обретаёте возможность работать в государственных и местных органах власти, в министерствах и ведомствах, в административных службах, в ведомственных архивах, в органах ведомственного управления, в коммерческих структурах, в крупных частных организациях, занимая востребованную должность.

На данный момент подготовкой специалистов в сфере документоведения и архивоведения занимаются около 120 высших учебных заведений, например: Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, Воронежский государственный университет, Сибирский федеральный университет, Российский государственный гуманитарный университет, Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского и другие. Отдельно стоит выделить Кемеровский государственный институт культуры. Выпускающей кафедрой данного направления является кафедра технологии автоматизированной обработки информации (ТАОИ), здесь студентами осваиваются следующие профили подготовки по направлению 46.03.02 «Документоведение и

архивоведение»: «Организация управления электронными документами», «Электронные документы и архивы»; Данные профили отвечают большинству современных тенденций, касающихся работы с документами в электронном формате. Акцент на всеобщую цифровизацию делают и другие учебные заведения:

– Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина (профиль: «Информационные технологии в ДОУ»);

– Иркутский государственный университет (профиль: «Информационные технологии в документоведении»);

– Тувинский государственный университет (профиль: «Организация работы с электронными документами»).

ФГОС¹ по направлению подготовки 46.03.02 «Документоведение и архивоведение» предусматривает следующий набор базовых дисциплин для данного направления:

- история;
- философия;
- иностранный язык;
- информационные технологии;
- организация технологии документационного обеспечения управления;
- архивоведение;
- государственные, муниципальные и ведомственных архивы и другие.

Несмотря на существование данного стандарта, каждый ВУЗ имеет свое виденье на подготовку документоведов и архивистов, которое зависит от предметной области факультета.

Таким образом, несмотря на существующие проблемы при подготовке специалистов направления «Документоведение и архивоведение», профессия активно развивается и нуждается в молодых, квалифицированных кадрах. Обозначенные проблемы обобщены и затрагивают не все учебные заведения, к тому же

[¹ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 034700 Документоведение и архивоведение (квалификация(степень) «бакалавр»)]// URL: <http://www.rsuh.ru/article.html?id=245681>]

все они решаются по мере возможности. Надеемся, что в скором времени каждый сможет получить достойное образование без ограничений.

Список литературы

1. Журнал «Делопроизводство» № 2 2008 г. / В. В. Минаев / Подготовка специалистов в области делопроизводства к 20-летию деятельности учебно-методических объединений вузов России, 2008. – URL: <https://www.top-personal.ru/officeworkissue.html?44> (Дата обращения: 07.04.2022).

2. Вестник Академии знаний №32 (3), 2019 г. Проблемы совершенствования профессиональной подготовки кадров в области документоведения в контексте многоуровневой системы образования, 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sovershenstvovaniya-professionalnoy-podgotovki-kadrov-v-oblasti-dokumentovedeniya-v-kontekste-mnogourovnevoy-sistemy-obrazovaniya> (Дата обращения: 07.04.2022).

3. «Документоведения и архивоведение» в современных условиях, 2012 г. / Т. И. Славко / – URL: <https://www.krags.ru/dokumentovedenie-i-arhivovedenie-v-sovremennyh-usloviyah> (Дата обращения: 07.04.2022).

4. Труд в России: Должностные обязанности документоведа, 2022. – URL: <https://tomsrussia.ru/trudoustrojstvo/professiya-dokumentoved-opisanie-2.html> (Дата обращения: 16.04.2022).

5. Подготовка бакалавров направления «Документоведение и архивоведение» в современных условиях /Мишова В. В., Огнева Э. Н./, 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-bakalavrov-napravleniya-dokumentovedenie-i-arhivovedenie-v-sovremennyh-usloviyah> (Дата обращения: 16.04.2022).

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 811.133.1

ИЗУЧЕНИЕ ФРАНЦУЗСКОГО СЛЕНГА НА БАЗЕ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН

Степанова Анастасия Александровна

студентка

Научный руководитель: Кононова Полина Николаевна,

к.ф.н., доцент

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

***Аннотация.** Настоящая статья затрагивает проблематику определения термина «сленг». На основе материала зарубежных исследователей-языковедов автор дает дефиницию лексемы «сленг». В данной статье автор перечисляет основные характеристики сленговой лексики франкоязычных песен.*

***Abstract.** The current article covers the problem of the definition of the term “Slang”. The author gives the definition of the current lexeme according to the data of prominent scholars and linguists. The main features of French songs’ slang words may also be found in this article.*

***Ключевые слова:** сленг, сленгизм, сленговая лексика, лексикология, французский язык*

***Key words:** slang, slang words, lexicology, French*

На данный момент, в лингвистике не существует единого мнения относительно определения понятия «сленг», однако большая часть ученых понимает под «сленгом» лексический слой или пласт лексики, обладающий своими особенностями, характеристиками. Эти характеристики описал в своей работе «Slang To-Day and Yesterday» Эрик Партридж, английский лексикограф, создатель словаря сленга и нетрадиционного английского языка. К ним он отнес то,

что сленг не является частью литературного языка; часто служит маркером групп с общими интересам; сленговые единицы обычно короткие; сленг- оригинальный и креативный; встречается в табуированных областях семантики; может включать в себя преувеличение; часто метафоричен [2].

В современном мире сленг можно встретить не только в разговорной речи, но и в музыке, художественной литературе, газетах, журналах, в сети Интернет, рекламе, и чтобы не обрекать себя на недопонимание в различных сферах жизни, сленг необходимо знать и понимать.

Изучение сленговой лексики может быть полезным по целому ряду причин, все они были описаны в исследованиях Леонтьевой Т. П., Будько А. Ф., Пономатко А. П. [3; 239], Хомякова В. А. [5; 106]. Пополнение словарного запаса является одной из целью изучения сленга. Большой словарный запас позволяет точнее выражать свои чувства и эмоции, лучше понимать носителей языка. Сленг полезно знать тем, кто хочет смотреть фильмы, сериалы или слушать музыку на языке оригинала, а также тем, кто путешествует за границу. Изучение сленга также помогает понять культуру людей, живущих в других странах, так как сленг — это один из элементов культуры.

У французского сленга довольно широкая база источников, это и видеоигровая индустрия, и кинематограф, индустрия развлечений, а также музыкальная индустрия.

Изучение сленгизмов на базе песенного материала имеет свои преимущества. Во-первых, песни и музыка проникают практически во все сферы жизни общества. Во-вторых, современные песни содержат в себе большое количество сленга на самые разные темы. В-третьих, лучшему запоминанию новой лексики помогает композиция песен, построенная на повторении куплетов и припевов.

Ниже представлены примеры сленговой лексики, которая активно используется в франкоязычном сообществе и может быть найдена в современных французских песнях.

Например, Песня Мэтра Гимса, французского певца, репера и композитора, (Maître Gims) «*Sarés comme jamais*», выпущенная в 2015 году уже в своем

названии содержит французскую сленговую единицу «se saper». «Se saper» на литературном французском языке означает «s'habiller, mettre ses habits», и может переводиться на русский язык как «разодеться», «наряжаться», и подразумевает факт того, что одежда, которую себя будет надевать человек, была выбрана заранее и с целью выделиться [4].

Одна из сфер употребления сленга — это сфера богатства, материальных благ. Именно поэтому практически в каждом языке мира существуют сленговые единицы для обозначения денег. В песне певицы Анжел (Angèle) «La thune» можно услышать следующие строки «Tout le monde il veut seulement la thune et seulement ça, ça les fait bander». «La thune» означает то же самое, что и «l'argent» — деньги. Изначально, «la thune» означало монету в пять франков, но со временем слово потеряло свое первоначальное значение и стало употребляться как сленг для денег в целом.

В 2019 году Юсеф Акдим, известный под псевдонимом Лартист (Lartiste), вместе с певицей Эвой (Eva) выпустил трек «On fleek». В тексте их песни можно найти популярное сленговое слово «kiffer». Оно употребляется в следующем контексте — «Tu kiffes trop la mala-la-la-la-la». Французский сленг «kiffer» происходит от арабского слова «kif», что означает курить гашиш или марихуану, но также используется для обозначения удовольствия от этих действий. В процессе заимствования это слово прошло через ряд изменений, стало употребляться в качестве глагола и приобрело современное значение «aimer, adorer quelque chose ou quelqu'un», и на русский язык это можно перевести как «любить, обожать кого-либо или что-либо, сходить по кому-то с ума» [1].

Еще одно сленговое выражение для обозначения денег можно встретить сразу в нескольких песнях французского рэпера Карима Джериу, более известного под псевдонимом Heuss l'Enfoiré, «Aristocrate» и «Moulaga». Он поет: «Et elle est où, la moulaga, la moulaga? Grosse moula tah Bogotá, et elle est où?», используя сленг «la moulaga», который также может сокращаться до «la moula», спрашивая таким образом, где же деньги, где «бабло». Считается, что данная сленговая единица пришла в английский язык из Испании, где слово «mula» означало

мулов, которые раньше перевозили деньги, а затем уже из английского языка была заимствована во французский.

Французская певица Ая Накамура (Aya Nakamura) использовала в своей песне «40%» сленг «galérer»- она поет: «J’vois qu’tu galères à passer la step». «Galérer» означает «être dans une situation pénible», быть в мучительной, тяжелой ситуации, иметь проблемы. От этого глагола появилось другое французское сленговое выражение «C’est la galère», которое используется французами в ситуациях, когда они хотят пожаловаться на что-либо. На русском языке наиболее близкими по переводу могут быть выражения «ужас», «какой кошмар». Этимология этого слова связана с типом кораблей, которые назывались «Galère». Работа на этих кораблях считалась тяжелой, так как подразумевала часы гребли в ужасных условиях. Существовала также практика принудительного труда на корабле в течение многих лет подряд- La peine des galères.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что знание и понимание сленговой лексики в современном мире является важной частью изучения иностранного языка в целом. Одним из способов пополнения словарного запаса новыми лексическими единицами может являться изучение французского сленга на базе франкоязычного песенного материала, так как в современных французских песнях употребляется большое количество современной лексики, а структура самих песен способствует ее лучшему запоминанию.

Список литературы

1. French word of the day: Kiffer [Электронный ресурс] URL: <https://www.thelocal.com/20200812/french-word-of-the-day-kiffer/> (дата обращения 24.03.2022).
2. Partridge Eric Slang to-day and yesterday / E. Partridge/ 4th ed. – London [Электронный ресурс] URL: <https://www.routledge.com/Slang-To-Day-and-Yesterday/Partridge/p/book/9781138912113> (дата обращения 13.03.2022).
3. Леонтьева Т. П., Будько А. Ф., Пониматко А. П. Методика преподавания иностранного языка. Учебное пособие для студентов вузов. Минск: Высшая

школа, 2015. - 239 с.

4. Словарь французского языка [Электронный ресурс] URL: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/se-saper/> (дата обращения 17.03.2022).

5. Хомяков В. А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия/В. А. Хомяков. М.: Либроком, 2009. - 106 с.

ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 659.1.01

РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ В ПЕРИОД «ПЕРЕСТРОЙКИ» В СССР (1980–1990)

Царьков Тимур Алексеевич

студент

Научный руководитель: Карапкова Олеся Григорьевна,

к.и.н., доцент

ФГБОУ ВО «Армавирский государственный педагогический университет»,

г. Армавир

***Аннотация.** В данной статье авторами представлен анализ развития рекламной индустрии в период «Перестройки». Особое внимание мы уделили рассмотрению этапов становления российского рекламного рынка в 1985-1990-е гг. и основным проблемам рекламной отрасли, представленного нами периода.*

In this article, the authors present an analysis of the development of the advertising industry during the period of "Perestroika". We paid special attention to the stages of the formation of the Russian advertising market in the 1985-1990-ies. and the main problems of the advertising industry, the period presented by us.

***Ключевые слова:** перестройка, реклама, рекламный процесс, деятельность, плакаты, рынок, предпринимательство, СМИ*

***Keywords:** perestroika, advertising, advertising process, activity, posters, market, entrepreneurship, mass media*

Начнем с того, что указанный нами период по отношению к рекламным процессам распадается на два организационно и содержательно отличных друг от друга этапа: 1985—1988 и 1988—1991 гг. и на первом из этапов происходит перевод государственных предприятий на хозрасчет и самофинансирование; появление у них права на самостоятельную внешнеэкономическую деятельность;

стимулирование кооперативного движения и индивидуальной трудовой деятельности [2, с. 172].

Все представленные выше мероприятия, ставящие во главу угла материальное стимулирование производителя, конечно же, не могли не содействовать интенсификации рекламной деятельности. Ведь производитель стал непосредственно заинтересован в увеличении сбыта товара на рынке. Однако то обстоятельство, что эта заинтересованность должна быть осуществлена в границах прежней централизованной системы управления экономикой, в которой вопросы снабжения ресурсами и определения цен по-прежнему зависели не от рынка, а от бюрократического руководства, значительно снижало эффективность экономических стимулов, в том числе и в рекламной деятельности [1, с. 88].

В первые два года перестройки издательство бережливость» «Плакат» организовало творческие конкурсы под девизом: «Качество, экономия, бережливость». Выставки плакатов прошли в Прибалтике, Белоруссии, на Украине. Их главные итоги опубликованы в альбомах «Плакат перестройки» и «Плакат в рабочем строю» [2, с. 172].

Отметим, что законодательной основой возникновения рекламного бизнеса в СССР стало постановление ЦК КПСС и Совет Министров СССР № 179 от 6 февраля 1988 г. «О мерах по коренной перестройке внешнеэкономической рекламы», которое разрешило деятельность рекламных организаций, в том числе и частных, на основе полной экономической самостоятельности. Фактически именно с этого постановления и начинается развитие в СССР рекламной деятельности как бизнеса, и соответственно рынка рекламы [2, с. 172]. Таким образом, как и в период НЭПа, 70 лет спустя после него, руководящая партия вновь разрешила рекламной деятельности существовать и развиваться в форме предпринимательства. Сегодня современные деятели российской рекламы не очень охотно вспоминают этот факт. В. А. Евстафьев пишет: «Фактическое развитие рынка рекламных коммуникаций в России началось в 1989 году с активного роста рекламы в центральной прессе» [1, с. 92].

Аналитики, комментировавшие плакатную продукцию этого периода,

отмечали определенный спад в развитии изобразительной публицистики. Опять шла речь о засилье трафаретных образов, отсутствии выраженного философско-символического и психологического наполнения в произведениях, ориентированных на позитивную интерпретацию текущего времени. Критики подчеркивали: «Сегодняшняя система социальных отношений намного усложнилась и продолжает усложняться в ходе дальнейшей экономической перестройки. Неизбежная при этом перестройка психологии людей предполагает всесторонний учет нюансов человеческих отношений. Поэтому чрезмерная прямолинейность не годится даже в тенденциозном искусстве плаката. Художники знают: скрытая гармония сильнее явной» [3, с. 36]. Но, как нам известно, знание далеко не сразу претворяется в художественное творчество. И новые установки времени натыкались на вьевшиеся во внутренний мир многих художников стереотипы.

Положение изменялось, как только в поле творчества включались критические и сатирические мотивы. Темы экономии и бережливости нередко ярко и талантливо плакатисты интерпретировали «от противного». «Массивный крюк подъемного крана занимает большую часть пространства листа. Что же он со всей своей мощью переносит с места на место?» Выразительно на темном фоне крюка выглядит прикрепленное к нему белое пушистое перо. Текст краток: «Рационально используйте технику!» [3, с. 39].

Основной проблемой рекламной отрасли оставалась слабая внедренность рекламы в СМИ. По-прежнему не решалась проблема качественного размещения рекламы на ТВ. Речь шла не столько об увеличении эфирного времени для демонстрации рекламы, сколько о «вживлении» рекламной информации в телевизионные и радиопрограммы, об использовании пауз, которые заполняют на телеэкранах нейтральными видовыми заставками. Гостелерадио СССР, как и в 70-е годы игнорировало потребности рекламных организаций в эфире. Конструктивного диалога у рекламных организаций, и, прежде всего «Союзрекламы», с Гостелерадио СССР не получалось [4, с. 94].

В условиях экономической незаинтересованности СМИ в рекламе работники РА стремились устанавливать неформальные отношения с различных

СМИ, что приносило больше положительных результатов, чем формальные отношения типа «заказчик-исполнитель». Это было очень по-советски. Примером может служить налаживание проката рекламных кинофильмов в кинотеатрах. Долгое время рекламисты жаловались на нежелание контор кинопроката организовать регулярную демонстрацию фильмов перед сеансами. Стороны кивали друг на друга, выдвигая взаимные претензии. Наконец, выяснилась причина нежелания крутить кинорекламу. Для нормализации проката требовалось заранее монтировать блоки рекламных фильмов (до 100 метров), а не требовать, чтобы киномеханики «возились» с каждым минутным роликом. Некачественность изделий, необязательность договорных обещаний предлагают на общественное рассмотрение художники Н. Гуселетов и А. Кондуров. Первый изображает дом, сложенный из костяшек домино и будучи недостроенным, уже западающий на один бок. Текст «Так дом не построишь!» вносит полную ясность в показанную, типичную для строительства тех лет, ситуацию [4, с. 96].

По мнению экономистов, рекламный рынок России как экономическое явление появился в 1992 г. Рекламный рынок стал определяться появлением большого количества рекламных агентств, журналов, газет, электронных средств СМИ. Реклама стала проникать во все сферы деятельности общества, влиять на общество и самосовершенствоваться. В этот период проявились «невежественность рекламодателей, непрофессионализм рекламистов, удивительная доверчивость потребителей, неразборчивость СМИ.

Таким образом, рассматривая российскую рекламную деятельность, мы выяснили, что до 1990 г. это была реклама советского образа жизни, не имея в своей концепции ничего общего с мировыми тенденциями. Существовал весьма идеологизированный подход к существу рекламы, который основывался на том, что капиталистическая реклама есть средство обмана и одурачивания покупателя, навязывания излишних потребностей, пропаганды капиталистическая реклама есть средство обмана и одурачивания покупателя, навязывания излишних потребностей, пропаганды капиталистического образа жизни и других негативных явлений капиталистической экономики.

Считалось, что капиталистическая реклама весьма расточительна и чрезмерно дорога и расходы на неё способствуют обнищанию трудящихся. Исходя из предпосылок, расходы на советскую рекламу выделялись в крайне незначительных размерах: 0,04–0,05% от розничного товарооборота (в США они составили 7–8% объема розничного товарооборота) [5, с. 102]. Поэтому общий профессиональный уровень рекламы в нашей стране был низок - рекламные обращения отличались примитивизмом и серостью.

Список литературы

1. Евстафьев В. А., Пасюта Е. Э. История российской рекламы. Современный период. – М.: Дашков и К°, 2017. – 872 с.
2. Рожков И. Я. Реклама советского периода: как это было / Знание. Понимание. Умение. – 2007. – № 2. – С. 172.
3. Савельева О. О. Живая история российской рекламы. – М.: Гелла#принт, 2004. – 272 с.
4. Ученова В. В. История отечественной рекламы. 1917–1990. – М.: ЮНИТИ#ДАНА, 2004. – 287 с.
5. Шестаков Ю. А. История рекламы. – М.: РИОР, 2016. – 259 с.

**ВОПРОСЫ НАУКИ 2022: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ
И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ**

XXIX Международная научно-практическая конференция

Научное издание

Издательство ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(Подразделение НИЦ «Иннова»)
353445, Россия, Краснодарский край, г.-к. Анапа,
ул. Весенняя, 8, оф. 1
Тел.: 8-800-201-62-45; 8 (861) 333-44-82

Подписано в печать 20.04.2022 г. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 4,07
Бумага офсетная. Печать: цифровая. Гарнитура шрифта: Times New Roman
Тираж 50 экз. Заказ 170.