

Научно-исследовательский центр «Иннова»

ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сборник научных трудов по материалам
X Международной научно-практической конференции,
23 декабря 2023 года, г.-к. Анапа

Анапа
2023



УДК 00(082) + 001.18 + 001.89
ББК 94.3 + 72.4: 72.5
373

Ответственный редактор:
Скорикова 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 (Анапа), **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).

373 ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. Сборник научных трудов по материалам X Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 23 декабря 2023 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2023. - 35 с.

ISBN 978-5-95356-346-8

В настоящем издании представлены материалы X Международной научно-практической конференции: «Знания и научный прогресс: новые подходы и актуальные исследования», состоявшейся 23 декабря 2023 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. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. 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

ISBN 978-5-95356-346-8

© Коллектив авторов, 2023.
© Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО
(подразделение НИЦ «Иннова»), 2023.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОПЕРАЦИЙ ЧИСТОВОЙ ОБРАБОТКИ ДЕТАЛЕЙ ТИПА ТЕЛ ВРАЩЕНИЯ

Андреев Роман Александрович 4

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

ЛИНГВОПЕРЕВОДЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА НОВЕЛЛЫ

О. ГЕНРИ «ДАРЫ ВОЛХВОВ» (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА Е. Д. КАЛАШНИКОВОЙ)

Мирзоян Инна Георгиевна

Скачкова Полина Андреевна

Кипкеева Амина Дагировна 11

ОБРАЗ «ХОДЯЧЕГО» ПОКОЙНИКА В БЫЛИЧКАХ ЖИТЕЛЕЙ СТАРООБРЯДЧЕСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ КИЛЬМЕЗСКОГО РАЙОНА КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Наговицына Марина Петровна 19

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Матвеев Максим Борисович 24

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

Никонова Анастасия Евгеньевна 29

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 336

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОПЕРАЦИЙ ЧИСТОВОЙ ОБРАБОТКИ ДЕТАЛЕЙ ТИПА ТЕЛ ВРАЩЕНИЯ

Андреев Роман Александрович

студент

Научный руководитель: Зотов Евгений Валерьевич,

к.т.н., доцент

Научно-производственное объединение имени С. А. Лавочкина

***Аннотация.** Целью чистового обтачивания является получение поверхностей с малой шероховатостью, точных по форме и размерам. В ряде случаев, однако, чистовому обтачиванию подвергаются и такие детали, поверхности которых могут быть неточными.*

***Ключевые слова:** план участка, технологический процесс, подача, скорость резания, шпоночный паз, станочные приспособления, режущий инструмент, контроль размеров*

***Abstract.** The purpose of finishing grinding is to obtain surfaces with low roughness, accurate in shape and size. In some cases, however, such details are also subjected to finishing, the surfaces of which may be inaccurate.*

***Keywords:** site plan, technological process, feed, cutting speed, keyway, machine tools, cutting tools, size control*

1. Подготовка станка для чистового и точного обтачивания

Поверхность с малой шероховатостью и точные размеры детали могут быть получены только на вполне исправном станке. Поэтому до начала такой работы должны быть устранены излишняя слабина шпинделя в подшипнике, его "игра" в осевом направлении, а также чрезмерные зазоры в подвижных сопряжениях частей суппорта. Если предстоит обработка детали, закрепленной

с поддержкой задним центром, необходимо проверить положение задней бабки.

Проверка работы шпинделя должна производиться слесарем-ремонтником. Излишняя слабина в сопряжении частей суппорта устраняется обычно самим токарем — регулировкой положения клиньев, нажимных винтов и т.д.

Положение задней бабки проверяется также самим токарем. С этой целью в шпиндель передней бабки и пиноль задней бабки вставляют центры с острыми (но не с закругленными) концами и подвигают заднюю бабку к передней настолько, чтобы центры коснулись друг друга. При правильном положении бабки концы центров должны совпадать. Несовпадение центров обнаруживается легче и отчетливее, если под ними держать лист белой бумаги. Оно устраняется смещением задней бабки по ее промежуточной плите.

Для более точной проверки положения задней бабки в центрах станка устанавливается пруток наибольшей возможной для данного станка длины. На небольшой длине прутка (15—20 мм) как можно ближе к хомутику протачивают шейку. Глубина резания должна быть при этом не более 0,5 мм, подача — 0,1–0,2 мм/об. Затем, не отводя резца назад, снимают пруток со станка и перемещают суппорт в сторону задней бабки, пока резец не дойдет до заднего центра. После этого снова устанавливают пруток в центрах и на правом конце его протачивают вторую шейку длиной 15—20 мм. При правильно установленной задней бабке обе шейки должны иметь одинаковые

диаметры. Если диаметр второй шейки больше диаметра первой, бабку надо сдвинуть в сторону токаря; в противном случае бабка должна быть сдвинута назад, от токаря. Переместив бабку в ту или другую сторону, следует закрепить ее, в том же порядке снова проточить обе шейки, измерить их и т. д., пока диаметры обеих шеек не получатся одинаковыми (в пределах требуемой точности).

2. Закрепление деталей при чистовой обработке

Закрепление детали при чистовой обработке должно быть прочным, чтобы не могло получиться смещения ее во время обработки. Если несколько

поверхностей детали будут обработаны хотя бы и при одном закреплении, ко при разных положениях из-за смещения детали, то совпадения осей этих поверхностей не будет и деталь, может быть, забракована. Чрезмерно прочное закрепление некоторых деталей при чистовой обработке может быть, однако, вредным. Если, например, слишком сильно зажать кулачки патрона при обработке тонкостенного кольца, то после снятия со станка оно будет иметь совсем не ту форму, которую имело, когда производилась его обработка. Если чистовая обработка детали производится сразу после чернового обтачивания, то такого изменения формы детали можно избежать, немного ослабив кулачки патрона перед чистовой обработкой.

При закреплении детали в самоцентрирующем патроне за обработанную поверхность, когда требуется, чтобы оси поверхностей, ранее обработанной и обрабатываемой, при данном закреплении детали совпадали, следует учитывать неточность патрона и пользоваться разрезной втулкой или кольцами.

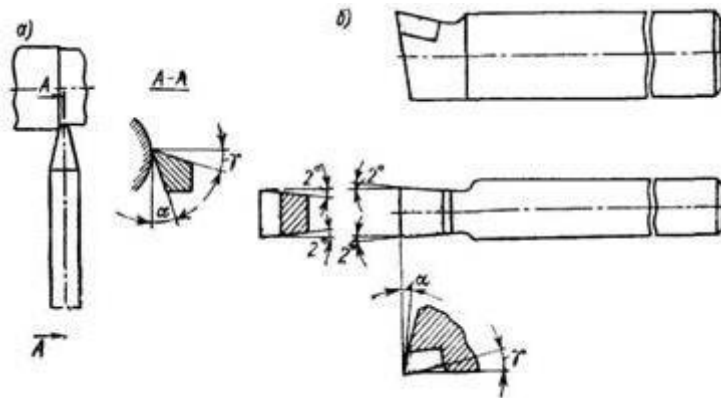


Рисунок 7.1 – Чистовые резцы

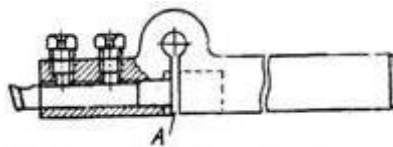


Рисунок 7.2 – Пружинящая державка для чистового резца

3. Резцы для чистового обтачивания

Такие резцы должны обеспечивать получение поверхностей с наименьшей шероховатостью. В соответствии с этим требованием и

выбирается их форма.

Наиболее желательной там, где он обеспечивает требования, шероховатости поверхности, является работа с обычным проходным резцом.

На рис. 15, а показан чистовой резец, применяемый только для чистового обтачивания с малой подачей. При чистовом обтачивании с крупной подачей пользуются резцами, называемыми лопаточными или широкими.

Во время работы указанными выше чистовыми резцами иногда происходит вырывание твердых вкраплений, которые бывают в материале обрабатываемой детали. Вследствие этого на поверхности детали получаются углубления, портящие поверхность. Поэтому, если необходимо получить очень чистую поверхность детали, ее обрабатывают резцом, установленным в пружинящей державке. В этом случае режущая кромка резца не вырывает вкраплений в материале детали, а, отходя от обрабатываемой поверхности, как бы заглаживает их. Однако при отжимании резца форма и размеры детали часто получаются неточными даже на хорошем исправном станке. При работе подпружиненным резцом хорошие результаты получаются, если поверхность обрабатывается за несколько проходов. Это следует делать при обработке особо ответственных деталей в индивидуальном производстве, так как производительность при этом резко снижается. Если резец пружинит слишком сильно, то в щель А закладывается кусок кожи или дерева.

4. Материалы, применяемые для чистовых резцов

При чистовом точении резцы снимают стружку небольших сечений, но работают (сравнительно с черновым точением) при высоких скоростях резания и не должны при этом терять своей твердости. Кроме того, материалы чистовых резцов должны быть такими, чтобы их режущая кромка хорошо сопротивлялась износу от истирания.

В соответствии с этими требованиями для чистовых резцов при обработке стальных и чугунных деталей применяются в качестве режущих материалов быстрорежущая сталь, твердые сплавы или минералокерамика марки ЦМ-332. В последние годы кроме минералокерамики в качестве инструментального

материала для чистовых резцов стали применять керметы, содержащие кроме окиси алюминия присадки таких металлов, как вольфрам, молибден, бор, титан и др., в количестве до 10%. Эти присадки, уменьшая несколько хрупкость, одновременно, однако, понижают и износостойкость. Испытания кермета марки HC20M2 показали неплохие результаты. Минералокерамику и керметы применяют в тех случаях, когда жесткость системы СПИД достаточно велика. При очень большой жесткости этой системы резцы с минералокерамическими пластинками применяют иногда и для получистового и даже чернового точения. В зависимости от условий резания и обрабатываемого материала твердые сплавы применяются разных марок.

5. Углы и другие элементы головки чистовых резцов

Форму передней поверхности и значение переднего угла твердосплавных чистовых резцов можно выбирать по табл. 2 и 3. Задний угол, а чистовых резцов, используемых для обтачивания стали и цветных сплавов, делается 12° , а при обработке серого чугуна 10° . Вспомогательный угол в плане ϕ_1 чистовых проходных резцов независимо от обрабатываемого материала принимается в пределах 5–100, а угол наклона главной режущей кромки от -2 до -4° . Остальные элементы те же, что и для черновых твердосплавных резцов. При выборе формы передней поверхности, передних и других углов и прочих элементов чистовых быстрорежущих резцов можно пользоваться данными табл. 4 и 5 [31] и общими указаниями, относящимися к быстрорежущим резцам для черновой обработки [32]. Увеличивается лишь значение заднего угла, а до 120. Отметим, что чем чище должна быть обрабатываемая поверхность, тем большим следует брать передний угол резца (т.е. тем меньшим должен быть угол резания). При увеличении переднего угла резца заедание его, а также вибрации уменьшаются, поэтому обрабатываемая поверхность получается более чистой.

Минералокерамические пластинки весьма редко припаивают. Предпочтительнее для них является механическое крепление.

Ширина отрицательной фаски — от 0,2 до 0,4 мм. Передний угол γ

принимается равным 10—150 при обработке стали со сбв до 70 кгс/мм², а при большем значении бв — не более 10°; при обработке чугуна — от +5° до —100. Задние углы, а в пределах 8—10°. Радиус при вершине резца $r = 1$ мм. Размеры стружкоотводящей лунки те же, что и для твердосплавных резцов. Угол наклона режущей кромки при равномерном припуске принимается в пределах от 0 до 5°, при неравномерном — до 12°. Рекомендации для выбора угла в плане те же, что и для твердосплавных резцов.

6. Установка резцов при чистовом обтачивании

Если установить резец так, чтобы вершина его была выше линии центров станка, то, как это мы отметили выше, резец втягивается в материал детали. Поверхность детали при этом получается нечистой, а диаметр ее уменьшается, что часто недопустимо при чистовой обработке. При установке вершины резца на линии центров станка и тем более ниже ее такого втягивания резца не происходит. Из сказанного вытекает следующее правило. Чистовые резцы следует устанавливать так, чтобы вершина их была расположена на высоте линии центров станка или несколько ниже ее. Припуски при чистовом обтачивании. Припуски при чистовом обтачивании назначаются в зависимости от диаметра и длины детали. Средние величины этих припусков приведены в табл. 7.1.

Таблица 7.1 – Припуски на диаметр под чистовое обтачивание (V5), размеры в мм

Диаметр детали	Длина детали		
	до 500	свыше 500 до 1000	свыше 1000 до 2000
Свыше 5 до 20	1,0	1,0	1,2
» 20 » 50	1,5	1,5	2,0
» 50 » 100	1,5	2,0	2,0
» 100 » 200	2,0	2,0	3,0

7. Режимы резания при чистовой обработке

Глубина резания при чистовом обтачивании должна быть небольшой и чаще всего равна величине припуска. Для обеспечения шероховатости в пределах пятого класса (V5) глубина резания может достигать 2 мм,

обеспечение же шестого (V6). а тем более седьмого (V7) классов шероховатости достигается лишь при малых глубинах резания, не более 0,3–0,4 мм, а в особо ответственных случаях —0,1 мм.

Подачи выбираются в зависимости от требуемой шероховатости обрабатываемой поверхности, вспомогательного угла в плане резца, скорости резания и некоторых других факторов. Значения подач, применяемых при чистовой обработке, указаны в табл. 28. Скорости резания при чистовом обтачивании твердосплавными резцами можно принимать по табл. 29 и 30, а при работе быстро-режущими резцами — по табл. 31. При выборе скорости резания в условиях, отличных от указанных в табл. 29–30, табличные данные необходимо умножать на поправочные коэффициенты. Подачи и скорости резания при чистовом обтачивании широкими твердосплавными резцами.

Список литературы

1. Горбацевич А. Ф. Курсовое проектирование по технологии машиностроения [Текст]: учебное пособие для вузов /А. Ф. Горбацевич, В. А. Шкред. - 4-е изд., перераб. и доп. - Минск: Выш.шк.,1983.- 256 с. ил.
2. Марочник сталей и сплавов [Текст]:/ Под общ. ред. В. Г. Сорокина - М.: Машиностроение, 1989. – 640 с.
3. Обработка металлов резанием [Текст]: Справочник технолога/Под ред. А. А. Панова. – М.: Машиностроение, 1988. – 736 с.
4. Металлорежущие станки [Текст]: В 2-х т. Т. 1 / Под ред. Н. С. Ачеркана. - 2-е изд., перераб. - М.: Машиностроение, 1965. – 764 с.
5. Справочник нормировщика-машиностроителя [Текст]: В 4-х т. Т. 2. Техническое нормирование станочных работ. Под ред. Е. И. Стружестраха. – М.: Машиностроение, 1961. – 892 с.

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК 812

**ЛИНГВОПЕРЕВОДЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА НОВЕЛЛЫ
О. ГЕНРИ «ДАРЫ ВОЛХВОВ» (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА
Е. Д. КАЛАШНИКОВОЙ)**

**Мирзоян Инна Георгиевна
Скачкова Полина Андреевна
Кипкеева Амина Дагировна**

студенты

ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
город Ставрополь

***Аннотация.** В данной статье представлен анализ известной новеллы американского писателя О. Генри «Дары Волхвов», приводится пред- и постпереводческий анализ произведения, с целью выявления лингвопереводческих особенностей. О. Генри продемонстрировал изумительное владение различными техниками и стилями. Произведения Генри были вдохновлены его родным культурным наследием, придавая их речевым моделям и ритмам живость и интересность. Объектом исследования выступает новелла О. Генри «Дары Волхвов», а предметом исследования послужили лингвостилистические характеристики данного текста в русскоязычном переводе Е. Д. Калашниковой.*

This article presents an analysis of the famous short story by the American writer O. Henry «The Gift of the Magi», and provides a pre- and post-translation analysis of the work in order to identify linguistic translation features. O. Henry demonstrated an amazing mastery of various techniques and styles. Henry's writings were inspired by his native cultural heritage, giving his speech patterns and rhythms a lively and interesting quality. The object of the study is the short story «The Gifts of

the Magi» by O. Henry, and the subject of the study is the linguistic-stylistic characteristics of this text in the Russian translation by E.D. Kalashnikova.

Ключевые слова: *перевод, лингвопереводческая специфика, лингвостилистическая характеристика, предпереводческий анализ, постпереводческий анализ, адекватный перевод, переводческая стратегия, предпочтительная переводческая модель, совпадение смысла оригинала, уровень эквивалентности*

Keywords: *translation, linguistic specificity, linguostylistic characteristic, pre-translation analysis, post-translation analysis, adequate translation, translation strategy, preferred translation model, meaning coincidence with the original, level of equivalence*

Развитие стилистики художественного текста, которая «нацелена на изучение структуры, семантики и прагматики художественного текста в их комплексной соотнесенности, на постижение его смысла и коммуникативного эффекта» [1, с. 147] дает возможность по-новому взглянуть на понятие новеллы как жанра.

Стилистические особенности новеллы характеризуются прежде всего образностью, создаваемой различными средствами выразительности, вызывающими целостное восприятие действительности, тем самым, способствуя созданию необходимого эффекта и реакции. В произведениях данного жанра автор передает свои чувства, мысли, через призму главного героя, которые затем воспринимаются читателем. Передача чувств производится путем создания образа, основанного на том, что он воспроизводит в подсознании читателя ощущения, при помощи зрительных, слуховых и других чувственных переживаний. Образ конкретной ситуации, конкретного героя складывается в образ целого произведения [2, с.116].

Дары волхвов — это одна из наиболее известных и символических сцен из рождественской истории. Авторы многих произведений неоднократно обращались к этой тематике, так как этот сюжет имеет глубокое символическое значение, что делает его важным элементом в разных произведениях. Американский писатель О. Генри в начале XX века написал свою знаменитую новеллу «Дары

Волхвов», которую опубликовали 10 декабря 1905 года в газете «The New York Sunday World».

С момента издания произведения прошло уже более ста лет, и оно завоевало себе любовь и признание не одного поколения читателей по всему миру, в том числе и в России. В связи с этим, особый интерес представляет исследование переводов этой новеллы на русский язык, которые выполнены в разные десятилетия.

Текст относится к художественному стилю речи, который создается для того, чтобы объективировать мысль автора, воплотить в жизнь авторский замысел, передать знания и представления о человеке и мире, вынести эти представления за пределы авторского сознания и сделать их достоянием других людей. Каждый писатель создает в литературном произведении свой мир в соответствии со своим замыслом, со своим индивидуальным восприятием и изображением действительности [3, с. 51].

Рассмотрим основные лексические, грамматические характеристики текста. Оценочная и эмоциональная лексика используется в основном для описания финансового положения героев, их переживаний: *certainly, seriously, very* и так далее. Основной лексический фон в данном тексте представлен общеупотребительной лексикой (*save, smile, hair, flat, good, brown, letter, present...*), которая доступна и легко понятна современным носителям языка. Но, стоит отметить, что поскольку произведение было написано в 1905 году, здесь всё же встречаются слова, словосочетания и конструкции, уже не использующиеся так широко в английском языке. Например, *...one's cheeks burned with the silent imputation of parsimony, mistress, thereunto (сейчас: thereto), a card bearing the name, The "Dillingham" had been flung to the breeze, for the mendicancy squad, meretricious, fob, coveted, faltered, countenance, lament, prudence, procure...*

Синонимичные пары в тексте редки: *beggar – mendicancy, watch - fob, desired – coveted*. Группу заимствованных слов представляют следующие слова: *moral (лат.), reflection (лат.), electric (греч.), calculate (лат.), vestibule (франц.), brilliant (франц.), jewels (нем.)*

Основное содержание новеллы - фактуальный ряд, передается повествованием посредством коротких фраз. Чаще всего используется Past Indefinite (*Pennies saved one and two at a time by bulldozing the grocer and the vegetable man and the butcher until one's cheeks burned with the silent imputation of parsimony that such close dealing implied. Three times Della counted it.*), в диалогах встречаются формы будущего и настоящего временных планов. Для обозначения «хронологической ломки» встречаются также глаголы в форме Past Perfect. (*Expenses **had been** greater than **she had expected**. Many a happy hour she **had spent** planning to buy something nice for him. One was Jims's gold time piece, the watch that **had been** his fathers and his grandfathers.*)

Структурное деление текста (композиция линейная; действия следуют одно за одним в хронологическом порядке), позволяет читателю легко следить за развитием сюжета.

Внимание автора сосредоточено на изображении самой жизни, человеческих характерах, а не на неожиданных и захватывающих событиях, в которых проявляются воля, смелость, находчивость, самоотверженность (черты, свойственные приключенческой литературе). Главный конфликт происходит в душе Деллы. Ей жалко отрезать волосы, но желание сделать подарок на Рождество мужу преобладает. Можно сказать, что в произведении присутствует некий скрытый конфликт, отражающийся в противопоставлении материальной бедности героев и их духовного богатства.

Сравнивая героев с библейскими царями, автор отдает предпочтение простым людям, именно их он называет их мудрейшими. Стоит отметить, что в произведении есть еще одно противопоставление, а именно между бедными и богатыми. Он имеет сугубо социальный характер и становится более явным, если рассматривать новеллу в контексте всего сборника под названием «Четыре миллиона».

Обратимся непосредственно к переводу данного произведения на русский язык, выполненный Е. Д. Калашниковой. Предпочтительная переводческая модель - семантическая. При таком подходе процесс перевода осуществляется не

столько на уровне слов и предложений, сколько на уровне элементарных содержательных компонентов. Чем выше степень совпадения смысла оригинала и перевода, тем адекватнее перевод.

В тексте использовались следующие переводческие трансформации такие как дословный перевод, членение или объединение предложений, грамматические замены, смысловое развитие, целостное преобразование.

Воплощенное в реальность авторское видение мира предстает перед читателем в художественных образах. Кроме того, помимо определенного эстетического воздействия, текст призван сформировать отношение читателя к содержанию произведения, что также предполагает «домысливание» со стороны читателя; произведение обладает высокой степенью национально-культурной обусловленности и наличием образа автора [4, с. 409-410]. При анализе этих особенностей и выявляется индивидуальная манера писателя, которую необходимо сохранить и передать при переводе. Ведь сообщая какую-либо информацию, писатель тем или иным способом воздействует на читателя. Сила этого воздействия в раню мере зависит от содержания и степени художественного текста. Литературное произведение воздействует на читателя как рационально, так и эмоционально. Такое воздействие обусловлено тем, что произведение содержит не только семантическую, но и так называемую художественную, или эстетическую, информацию. В рассказе "Дары волхвов" мы можем наблюдать широкое использование разнообразных средств выражения художественной образности.

Например, в предложении: «*Pennies saved one and two at a time by bulldozing the grocer and the vegetable man and the butcher until **one's cheeks burned** with the silent imputation of parsimony that such close dealing implied*» [7] «За каждую из этих монеток пришлось торговаться с бакалейщиком, зеленищиком, мясником так, что даже **уши горели** от безмолвного неодобрения, которое вызывала подобная бережливость» [5]. О. Генри использует метафору 'one's cheeks burned', показывая тем самым, на что приходится идти Делле, чтобы сэкономить деньги и какой стыд она при этом испытывает. В переводе Е. Д. Калашникова используется целостное преобразование: «щеки» заменяются на «уши», что

соответствует хорошо известному русскому фразеологизму «покраснеть до кончиков ушей», который используют в речи, чтобы показать, как кто-либо испытывает чувство стыда.

Широко распространённым приемом в тексте является сравнение. Сравнение — это фигура речи, основывающаяся на уподоблении одного предмета другому, у которого предполагается наличия признака, схожего с первым. Необходимо различать «предметные» сравнения, основанные на внешней схожести предметов, и «образные», в которых сложная взаимосвязь между словом и обозначаемым им предметом приводит к созданию художественного образа [6, с. 449].

Примером первого типа может служить фраза: «*So now Della's beautiful hair fell about her rippling and shining like a cascade of brown waters*» [7]- «*И вот прекрасные волосы Деллы рассыпались, блестя и переливаясь, точно струи каштанового водопада*»[5].

Примером образного типа сравнения можно считать следующий контекст, в котором О. Генри сравнивает главных героев с волхвами. «*The magi, as you know, were wise men—wonderfully wise men—who brought gifts to the Babe in the manger. <...>But in a last word to the wise of these days let it be said that of all who give gifts these two were the wisest. Of all who give and receive gifts, such as they are wisest. Everywhere they are wisest. They are the magi*» [7]- «*Волхвы, те, что принесли дары младенцу в яслях, были, как известно, мудрые, удивительно мудрые люди. <...> Но да будет сказано в назидание мудрецам наших дней, что из всех дарителей эти двое были мудрейшими. Из всех, кто подносит и принимает дары, истинно мудры лишь подобные им. Везде и всюду. Они и есть волхвы*» [5].

О. Генри использовал лексические повторы, чтобы описать яркую картину уныния и нищеты, в которых оказываются персонажи. Так например он описывает то, как улица за окном выглядит в глазах Деллы, которая разочарована отсутствием денег для подарка на рождество своему любимому мужу: «*She stood by the window and looked out dully at a gray cat walking a gray fence in a gray backyard*» [7]- «*Она теперь стояла у окна и уныло глядела на серую кошку, про-*

гуливавшуюся по серому забору вдоль серого двора» [5]. Также О. Генри, рассказывая о скромной одежде Деллы на фоне радости, окутывающей ее, когда она находит способ получить деньги на подарок, использует анафору: «*On went her old brown jacket; on went her old brown hat*» [7]- «Старенький коричневый жакет на плечи, старенькую коричневую шляпку на голову» [5]. В переводе Калашникова Е. Д. удалось сохранить прагматический потенциал данных стилистических приемов.

В переводе художественного произведения очень важно сохранить все тонкости авторского стиля, которые оказывают эстетическое и прагматическое воздействие на читателя. Метафора, эпитеты, сравнения оказывают определенное воздействие на читателя, привлекают его внимание к написанному, создают экспрессивность и ритмичность высказывания, выполняя при этом вспомогательную роль, формируя прагматический потенциал текста. С помощью данных языковых средств автор рассказа достигает общей идентичности сообщаемого материала, событий и сосредотачивает внимание на каком-либо определенном моменте.

Таким образом, Калашникова Е. Д. объективно передала атмосферу и эмоциональную глубину оригинала, сохраняя его уникальный стиль и тон. Она использовала соответствующую лексику и грамматические конструкции, чтобы передать идеи и образы наиболее точно. Благодаря мастерству переводчика читатель может насладиться произведением на родном языке без потери смысла оригинала.

Список литературы

1. Болотнова Н. С. Художественный текст в коммуникативном аспекте и комплексный анализ единиц лексического уровня. Томск, 1992.
2. Левидов А. М. Автор - образ - читатель; Ленингр. гос. ун-т им. А. А. Жданова. - Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1977. - 360 с.
3. Гончарова Е. А., Шишкина И. П. Интерпретация текста. Немецкий язык: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведе-

ний, обучающихся по направлению 540300 (050300) «Филологическое образование» - Москва: Высшая школа, 2005 (ГУП Смол. обл. тип. им. В. И. Смирнова). – 365 с.

4. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода: [учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков] — М.: АСТ: Восток—Запад, 2007. — 448 с.

5. Дары волхвов / О. Генри: худ. П. Дж. Линч, пер. с англ. Е. Д. Калашниковой. - М.: РИПОЛ классик. 2011. – 40 с., URL: <http://www.barius.ru/biblioteka/book/2112>

6. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – м.: либроком, 2010. – 571 с.

7. Short Story: “The Gift of the Magi”, Author: O. Henry (William Sidney Porter), 1862–1910, First published: 1905, 9 p.

УДК 393.05

ОБРАЗ «ХОДЯЧЕГО» ПОКОЙНИКА В БЫЛИЧКАХ ЖИТЕЛЕЙ СТАРООБРЯДЧЕСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ КИЛЬМЕЗСКОГО РАЙОНА КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Наговицына Марина Петровна

преподаватель

КОГПОАУ «Вятский колледж культуры»

Аннотация. В статье рассматривается один из малоизученных жанров фольклора Вятского края – былички о «ходячем» покойнике. Данные тексты были собраны в ходе экспедиции в старообрядческие поселения Кильмезского района Кировской области, что позволяет обратиться к конкретным формам и основным мотивам «коммуникации», а также о превентивных и защитных мерах, ограждающих живых людей от «хождения».

The article deals with one of the little-known genres of folklore Vyatka region – memorates about «walking» dead man. This material was collected during the expedition to the Old Believers settlements Kilmezsky district of the Kirov region, which allows to apply specific forms and basic explanation of «communication», as well as the preventive and protective measures for the preservation of living people from «walking» dead.

Ключевые слова: старообрядчество, быличка, «ходячий» покойник

Key words: old believers, memorate, «walking» dead man

В ходе экспедиции в старообрядческие поселения Кильмезского района Кировской области в июле-августе 2014 года были собраны многочисленные рассказы жителей деревень о «ходячем» покойнике. Подобные исследования были проведены кафедрой русского устного народного творчества Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова при поддержке

Вятского регионального центра русской культуры в конце XX века (1988–1994 гг.). Исследователи работали в Подосиновском, Лузском, Опаринском, Котельничском, Нагорском, Шабалинском, Даровском, Белохолуницком и Свечинском районах Кировской области. В сборнике «Вятский фольклор. Мифология» [1] представлены рассказы вятчан о контактах человека с демонологическими персонажами, в том числе представлены былички о «ходячем» покойнике. В данной статье сделана попытка выявить особенности восприятия образа «ходячего» покойника в старообрядческих семьях, жизнь и быт которых по сей день остаются предметом изучения многочисленных исследователей.

Следует отметить, что образ «ходячего» покойника является частью общеславянского круга мифологических персонажей, возвращающихся в мир живых [2]. Фольклорист и этнолог Л. Н. Виноградова в своих трудах отмечает, что образ «ходячего» покойника трудно поддается описанию в качестве самостоятельного, в достаточной степени индивидуализированного, мифологического персонажа. Это связано со слабо выраженным составом присущих именно ему идентифицирующих признаков, которые как бы растворяются во множестве других демонических образов, «т. е. к числу покойников часто причисляются и домовые, и русалки, и водяной, и полуденник, и ночница, и вихрь и т. п.» [3]. Тем не менее, данный образ воплощает в себе особые функции и характеристики, которые содержат причины неуспокоенности «в том» мире, их влияние на живых людей, а также комплекс оберегов, которые защищают от них дом, семью, деревню.

В ходе исследования было отмечено, что забота о душе покойного в старообрядческих семьях, кроме чтения молитв, проявлялась уже с первого дня в том, что во многих поселениях было принято вешать полотенце в переднем углу у божницы, а в некоторых местах в божницу ставился стакан с водой. Также устойчив образ полотенца как дороги, по которой душа приходит из «того» мира и на котором находится и отдыхает. Распространенным является следующее объяснение данных действий: *«Если душа человека не грешна, то она может прийти и воды попить. А куда ей садиться? Вот на полотенце и прилетает»*

[4]. Необходимо отметить, что медиаторные предметы – полотенце у божницы и вода на 40 дней – не всегда являются составляющими единого ритуального комплекса староверов. Наиболее часто встречается упоминание о полотенце, которое маркирует пространственный локус виртуального появления души в доме покойного

Данные воспоминания можно отнести к жанру быличек. Возросший интерес к этому жанру объясняется тем, что, во-первых, этот жанр является наиболее насыщенным различными мифологическими мотивами, во-вторых, былички и бивальщины являются сейчас активно развивающимися жанрами фольклора. Разумеется, большинство текстов записано от лиц старшего возраста (70–90 лет), но есть немало быличек, рассказанных людьми более молодого возраста (56–60 лет). Среди сказочных жанров (преданий, легенд) быличка и бивальщина выделяется своей особой тематикой, особым построением. Э. В. Померанцева определяет быличку как «суеверный меморат», т. е. краткий рассказ, упоминание о факте «встречи», воспоминание об этом, в отличие от «фабулатов» – бивальщин, в которых дается развернутое действие с различными деталями описания, намного большее повествование по объёму, чем быличка [5]. Быличка как особый жанр, носитель древних мифологических представлений передает особое отношение рассказчика к тому, о чем он рассказывает: желание максимально уверить слушателей в истинности происшедшего.

Анализ собранных быличек в данной местности позволяет определить опосредованную форму вредоносного воздействия «ходячего» покойника, а также абсолютную адресность данного образа – дедко, тятка, мамка и т. п. В единичных текстах данный образ трактовался как неопознанный и опасный: *«В избе-то ночью всегда кто-то хаживал. Мы на пече сидим, а он все ходит, стучит. Ноги только и береги. Как за ногу схватит, так и утащит к себе. У Маньки-то унес так ребетёнка. Мы ужо и прижмёмся к мамке-то»* [6].

К большой группе быличек о «ходячем» покойнике относятся те, которые касаются прихода умершего мужа к жене (мотив интимной близости; мотив эмоциональной близости – «любви»). Как правило, причиной данного прихода

является чрезмерная скорбь жены, которая не дает покоя и заставляет мужа возвращаться в дом: *«Душа после смерти еще ходит, но не покажется. У нас в избе все время ходила. Помню, мамка уходила у нас работать, нас маленьких оставляла. Я побольше-то была. Годов двенадцать мне было. Слышим: бряк, бряк посуда. А одна половица в доме широка была, так по ней все человек ходил. Это я с детства запомнила. Вот кого в доме похоронила, вот тот и ходил. Сейчас-то ведь этого не стало, а раньше ведь много тосковали, так и летали много. Много этого было. Я спрашивала у мамки, как они летают. Так она говорила: «Вон пичужка летит, так и он, ваш папка летит». Так он летел, и от него искры летели. Сейчас ведь не стало, девки, этого»* [7].

В целом, сюжет прихода погибшего на войне мужа к жене довольно распространен в рассказах местных жителей, поскольку основная часть мужского населения деревень, так или иначе, на протяжении многих десятилетий участвовала в различных войнах.

Особую группу составляют былички, об умерших неестественной, преждевременной смертью, а также о самоубийцах. Показателен в этом отношении следующий рассказ: *«У нас в деревне был парень. Чё с ним сделалось не знаю. Только взял он и повесился. Так его в дом не заносили. Потом «ходил» он долго. Вот все на поле уйдут, а мы идём мимо их дома, а он сидит у окошечка грустный и на нас смотрит. Мы бежать. Мамке-то его говорили, что Мишка-то «ходит», а она сказала, что житья ей ни днём, ни ночью нет»* [8]. В целом, данный сюжет подтверждает распространенное представление о том, что умершие раньше срока покойники «ходят» до тех пор, пока «не изживут свой век».

Таким образом, приведенные примеры показывают, что усилия носителей данной культуры однозначно направлены на выдворение «ходячего» покойника за пределы «социального» мира тогда, когда его появление происходит за пределами 40 дня (т. е. в неположенное, «неправильное» время). Предпринимаемые охранительные меры в семьях староверов, безусловно, являлись репликой в диалоге с «ходячим» покойником, контакты с которым должны быть прерва-

ны, что определяло характер, как ритуальных практик, так и повседневного поведения жителей старообрядческих поселений Кильмезского района Кировской области.

Список литературы

1. Вятский фольклор. Мифология / Сост. А. А. Иванова. – Котельнич. – 1996. – 117 с.
2. Левкиевская Е. Е. Полесские представления о «ходячем» покойнике / Е. Е. Левкиевская / Живая старина. – 2013. – №1. – С. 33.
3. Виноградова Л. Н. Полесская народная демонология на фоне восточнославянских данных / Л. Н. Виноградова. – Восточнославянский этнолингвистический сборник. Исследования и материалы. – М.: Индрик, 2001. – С. 30.
4. Масленникова А. И. 1936 г.р., урож. д. Дорошата Кильмезского района, живет в п. Кильмезь Кировской области.
5. Померанцева Э. В. Мифологические персонажи в русском фольклоре / Э. В. Померанцева. – М., 1975. – С. 9.
6. Смирнова. Т. Е. 1938 г.р., урож. д. Кабачки Кильмезского района, живет в п. Кильмезь Кировской области.
7. Яранцева М. Г. 1925 г.р., урож. д. Красный Яр Кильмезского района, живет в п. Кильмезь Кировской области.
8. Куклина О. И. 1923 г. р., д. Порек Кильмезского района Кировской области.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 31

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Матвеев Максим Борисович

магистрант

Научный руководитель: Сухинин Сергей Александрович,

к.п.н., доцент

ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет»,

город Ростов-на-Дону

***Аннотация.** Данная статья рассматривает понятие ценности в маркетинговой концепции, уделяя внимание трактовке удовлетворения клиентов. Удержание существующих клиентов и их удовлетворенность рассматриваются как ключевые элементы успеха в бизнесе.*

This article examines the concept of value in the marketing concept, paying attention to the interpretation of customer satisfaction. Existing customer retention and satisfaction are seen as key elements of business success.

***Ключевые слова:** ценность, удовлетворение клиентов, маркетинг, эволюция, модели маркетинга, совместное потребление*

***Keywords:** value, customer opinion, marketing, evolution, marketing models, collaborative consumption*

Ценность представляет собой основной элемент любой маркетинговой концепции, направленной на удовлетворение потребностей клиентов. Понятие удовлетворения может быть различно трактовано: американские исследователи Гизе и Коут рассматривают его как общее эмоциональное впечатление, возникающее в процессе использования продукта, в то время как ученый Клаус Форнел определяет удовлетворение как меру соответствия ожиданиям клиентов от

продуктов и услуг компании.

Обобщенно можно утверждать, что удовлетворение клиентов представляет собой субъективное восприятие, которое формируется у потребителя в процессе использования товара или услуги. На практике доказано, что удержание существующего клиента стоит дешевле, чем привлечение нового, и удовлетворенные клиенты часто становятся лояльными, совершая повторные покупки и рекомендуя компанию своим знакомым. В таком контексте удовлетворение клиентов выступает важным фактором успеха бизнеса.

Маркетинг, как ключевой инструмент продвижения и реализации продукции, претерпел существенные изменения в течение своей истории. Эти изменения связаны с эволюцией методов и объемов производства, с изменением взаимоотношений между производителями и потребителями, а также с уровнем технологического развития в определенные периоды времени. В своих работах Филип Котлер выделяет четыре этапа развития маркетинга (см. таблицу 1).

Таблица 1 - Эволюция моделей маркетинга по Котлеру

Модель маркетинга	Ключевые особенности	Цель	Объект маркетинга
Маркетинг 1.0	Продукция выпускается единообразной и стандартизированной в максимально возможном количестве	Продажа производственной продукции всем желающим	Продукт
Маркетинг 2.0 (Классический маркетинг)	Необходимо знать потребности клиента и быть в состоянии их удовлетворить	Удовлетворение запросов клиентов	Желания клиента
Маркетинг 3.0 (Маркетинг взаимоотношений)	Формирование компаниями собственных ценностей, миссии и видения. Взгляд на Потребителей как на человеческих существ.	Удовлетворение запросов клиентов и желание решить проблемы общества	Совместные ценности
Маркетинг 4.0 (Digital - маркетинг)	Большое влияние окружения, прозрачность бренда, высокая вовлеченность	Удовлетворение запросов клиентов и желание решить проблемы общества	F – факторы, friends, family, fans, followers

Исходя из представленной выше таблицы, становится ясным, что маркетинг в начале 20-го века существенно отличался по своей концепции от современного понимания. Однако нельзя однозначно утверждать, что на сегодняшний день преобладает маркетинг 4.0, поскольку различные компании применяют разные подходы к маркетингу для популяризации своих продуктов. Каждая компания выбирает подход, основанный на передовых технологиях своего времени. Например, концепция маркетинга 1.0 была связана с производством и промышленной эрой, представляя основную идею модели. Со временем появились новые технологии, позволившие производителям анализировать предпочтения потребителей, а сами потребители начали выбирать из разных альтернатив, чтобы найти лучший товар. В настоящее время принята концепция совместного потребления, которая является следствием модели маркетинга 3.0.

В условиях размывания информационных границ между участниками рынка и в обществе в целом потребители становятся более заинтересованными в вопросах современного мира и возможностях его улучшения. Компании также осознают важность этой концепции и разрабатывают свои собственные атрибуты, такие как миссия, видение, ценности и другие элементы бренд-кода. Это помогает потребителям не только выбирать товары компании, но и ассоциировать себя с брендом, что имеет большое значение во взаимодействии с ними.

Также в рамках данной концепции возникает понятие маркетинга впечатлений или эмоционального маркетинга. В настоящее время сложно дать четкое определение этому термину, однако понятно, что его суть заключается в создании эмоциональной связи между потребителем и товаром. Используя подход маркетинга взаимоотношений, где основной акцент делается на отношении с клиентами, эмоциональный маркетинг полностью сосредотачивается на впечатлениях покупателей и с помощью различных инструментов формирует их лояльность к продукту. Хорошим примером эмоционального маркетинга является сеть кофеен Starbucks. Когда-то маркетологи компании применили гениальное решение, которое привело к ее популярности по всему миру. Они были

одними из первых, кто начал использовать инструменты эмоционального маркетинга и достиг успеха в этой области. Их особенностью стало то, что при заказе покупателя узнают его имя и записывают его на стаканчике. Таким образом, они оригинально отошли от обычной практики выдачи номерков для клиентов и установили эмоциональную связь между посетителем и брендом, поскольку имя является сильным эмоциональным элементом для любого человека.

Как отмечалось ранее, эмоциональный маркетинг идет от концепции маркетинга взаимоотношений, которая является ключевой для модели маркетинга 3.0. Существует множество различных определений этого термина, связанных с разными школами маркетинга и их теоретическим развитием. В данном исследовании маркетинг взаимоотношений рассматривается как "стратегия создания долгосрочных и взаимовыгодных связей с ключевыми участниками рынка, такими как потребители, поставщики и дистрибьюторы, с целью установления привилегированных партнерских отношений".

Это определение весьма подходит для исследования рынка B2B, потому что основным фактором успеха на таком рынке является установление долгосрочных отношений между контактными группами. Производители зависят от ресурсных баз, поставщики должны поставлять качественное оборудование потребителям, а дистрибьюторы должны устанавливать надежные связи — все это побуждает участников рынка строить качественные долгосрочные отношения друг с другом и поддерживать концепцию маркетинга взаимоотношений.

В современном обществе, охваченном быстрым развитием коммуникационных технологий, концепция маркетинга 4.0 активно интегрируется в повседневную жизнь. Теперь решения потребителя формируются не только его собственными убеждениями и имиджем бренда, но также существенно влияют факторы окружения, такие как друзья, семья, поклонники и подписчики в социальных сетях, или f-факторы. Это создает новое окружение взаимодействия на рынке, где влияние на потребителя оказывают различные факторы. Вместо того чтобы самостоятельно оценивать ценность бренда и его релевантность для себя,

потребитель часто обращается к мнению своего социального круга, доверяя им в процессе принятия решения о покупке.

Список литературы

1. Дементей, Т. Н. Бухгалтерский учет: учеб, пособие / Т. Н. Дементей. - М.: ИНФРА-М. - 2009. - 746 с.
2. Домбровская, Е. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб, пособие / Е. Н. Домбровская. - М.: ИНФРА-М. - 2008. - 288 с.
3. Жминько, С. И. Финансовый учет на предприятиях: Учет денежных средств; Учет расчетных операций; Учет кредитов и займов: учеб. пособие / С. И. Жминько. – ISBN 5-222-00694-8, 2008. – 448 с.
4. Заббарова, О. А. Составление бухгалтерской отчетности организации: учеб, пособие / О. А. Заббарова. - М.: КноРус. - 2009. - 256 с.
5. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет: учеб, пособ. / Н. П. Кондраков. – 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 717 с.

БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 612.6

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ

Никонова Анастасия Евгеньевна

преподаватель

АНПОО «Уральский медицинский колледж»,

г. Челябинск

аспирант

Научный руководитель: Попова Татьяна Владимировна,

к.б.н., профессор

Южно-Уральский государственный университет

***Аннотация.** В данной статье рассматривается взаимосвязь скорости реакции менеджеров различного возраста и стажа в рабочем процессе, с помощью анализа центральных нервных процессов. Изучены психофизиологические функции менеджеров.*

This article examines the relationship between the reaction speed of managers of different ages and experience in the work process, using the analysis of central nervous processes. The psychophysiological functions of managers have been studied.

***Ключевые слова:** психоэмоциональное состояние, аудио-моторная реакция, быстрота реакции, активность, утомляемость*

***Keywords:** psycho-emotional state, audio-motor reaction, reaction speed, activity, fatigue*

Скоростные показатели человека (качество быстроты) в физиологии принято понимать как проявление способности совершать различного рода действия в максимально быстром темпе. По своей природе качество быстроты –

сложное и неоднородное [1].

Установлено, что быстрота не есть единое двигательное качество человека, а представляет собой комплекс целого ряда факторов [2].

Анализ ряда показателей, характеризующих быстроту в заданиях различного рода, показал, что можно выделить 4 элементарные формы проявления быстроты:

- время двигательных реакций;
- способность к максимально быстрому началу движения;
- способность к максимально быстрому выполнению одиночного движения;
- способность выполнять движения с максимальной частотой.

Цель настоящего исследования заключалась в изучении психофизиологических функций менеджеров.

В исследовании принимали участие мужчины менеджеры (8 человек) и женщины менеджеры (8 человек) в возрасте от 24 до 55 лет (средний возраст $42,8 \pm 7,6$) (таблица 1).

Таблица 1- Показатели «нейро-теста» (женщины)

Респонд.	Тестирование (№)						
	1	2	3	4	5	6	7
Ж-ва	533	468	299	404	446	400	2016
А-ва	475	500	289	404	563	368	2061
В-ва	477	542	333	424	588	404	2113
С-ва	556	600	408	420	507	340	1500
Б-ва	501	588	397	436	466	352	1997
С-ч	465	541	522	444	404	326	2022
М-ва	496	506	513	427	462	399	2231
Л-ая	523	489	445	414	505	354	1613
М±m	503,2±	518,7±	361,6±	421,6±	465±	367,8±	1941±

Номера тестов из таблицы 1:

- 1-реакция выбора;
- 2-реакция выбора;
- 3-реакция различения;
- 4-условия статистической помехи;
- 5-условия динамической помехи;

6-аудио-моторная реакция;

7-таблицы Шульте-Платонова.

Таблица 2 - Показатели «нейро-теста» (мужчины менеджеры)

Респонд.	Тестирование (№)						
	1	2	3	4	5	6	7
Ш-га	554	562	388	374	478	369	1707
С-в	399	551	392	413	455	361	2032
И-ов	499	582	463	415	596	323	2031
А-ов	480	599	382	344	434	334	2001
Ш-ов	505	401	377	377	531	357	2211
Л-ов	508	403	421	362	472	438	2010
П-ов	489	571	456	409	500	345	1600
Ш-ко	475	499	289	404	563	368	1800
M±m	411,5±	458,6±	359,8±	380,1±	470±	361±	1699,8±

Исходя из данных таблицы 1 и таблицы 2 – у женщин и мужчин наблюдаются существенные различия в показателях. Например, в тесте на зрительно-моторную реакцию (табл. 2, тест 1) – мужчины затратили намного меньше времени на выполнение данного теста. У женщин скорость реакции выбора ниже, чем у мужчин (табл. 1., тест 2), и времени на поиск чисел женщинам потребовалось больше (табл. 1, тест 6).

Ученые полагали, что различные проявления быстроты не имеют между собой достоверных связей. Однако, экспериментально эти связи были обнаружены, в частности, положительная корреляция между максимальной частотой движений и быстротой реагирования на стимулы значительной интенсивности [4]. Одним из интегральных показателей быстроты может быть - максимальная частота движений. Согласно учению А. А. Ухтомского, количество движений, которые живая система может осуществить в единицу времени, служит характеристикой ее лабильности [5].

Способность человека совершать быстрые движения определяется многими факторами: весом и амплитудой перемещаемого звена, плоскостью, в которой производится движение, возрастом и полом, морфофункциональными особенностями мышечного аппарата, подвижностью нервных процессов и взаимными влияниями нервных центров [2]. По мнению И. Ильина, скорость вы-

полнения движений определяется главным образом, центральными нервными процессами [3].

Таблица 3 - Показатели теппинг-теста (женщины менеджеры)

ФИО	1	2	3	4	У	Возраст
Ж-ва	41	50	51	53	12	45
А-ва	34	40	42	47	13	50
В-ва	45	44	43	47	2	43
С-ва	44	45	46	48	4	54
Б-ва	43	44	46	50	7	45
С-ч	44	52	54	54	10	24
М-ва	38	42	41	42	6	44
Л-ая	31	35	39	34	3	41
M±m	40±	44±	45,25±	46,8±	7,1±	39±

На основании данных таблицы можно сделать вывод о том, что показатели подвижности, как и показатели утомляемости у менеджеров женского пола, высокие.

Чтобы провести сравнительный анализ, необходимо проанализировать показатели мужчин-менеджеров.

Таблица 4 - Показатели теппинг-теста (мужчины менеджеры)

ФИО	1	2	3	4	У	Возраст
Ш-га	44	35	38	45	1	32
С-в	33	33	37	38	5	42
И-ов	41	43	42	43	2	30
А-ов	36	38	38	38	2	41
Ш-ов	32	31	30	33	2	54
Л-ов	47	41	47	48	1	55
П-ов	34	41	34	37	1	41
Ш-ко	36	34	46	36	3	42
M±m	38,1±	36,4±	37,8±	40,2±	2,14±	42±

На основании полученных данных можно сделать вывод –показатели утомляемости у мужчин менеджеров снижены. Это может быть обусловлено различными факторами. Например, немаловажным психофизиологическими критериями являются самочувствие, активность и настроение. Необходимо проанализировать их, и определить их влияние на респондентов.

Таблица 5 - Показатели самооценки по тесту «САН» (женщины менеджеры)

ФИО	С	А	Н	Возраст
Ж-ва	5,4	3,4	5,1	45
А-ва	3,5	4,4	4,4	50
В-ва	4,8	4,6	4,3	43
С-ва	3,2	3,4	4,1	54
Б-ва	5,1	3,0	5,6	45
С-ч	5,4	3,3	6,7	24
М-ва	4,8	4,6	4,3	44
Л-ая	4,7	4,1	4,4	41
M±m	4,6	3,85	4,8	43,2

Таблица 6 - Показатели самооценки по тесту «САН» (мужчины менеджеры)

ФИО	С	А	Н	Возраст
Ш-га	3,4	3,2	4,1	32
С-в	6,8	4,5	6,9	42
И-ов	4,6	3,7	4,6	30
А-ов	5,7	4,3	5,5	41
Ш-ов	5,9	2,3	6,1	54
Л-ов	3,8	4,1	4,4	55
П-ов	5,4	3,8	5,9	42
Ш-ко	3,9	4,0	4,3	54
M±m	5,08±	3,7±	5,3±	42,2±

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что показатели самочувствия и настроения выше у мужчин менеджеров, чем у женщин, а показатели активности женщин менеджеров – даже несколько ниже. Зато у мужчин были выявлены высокие показатели самооценки психоэмоционального состояния.

Нужно отметить, что у женщин низкие показатели утомляемости. Соответственно, это говорит о том, что женщины на рабочем месте чувствуют себя комфортно.

Показатели самооценки психоэмоциональных состояний сотрудников мужского и женского пола, должны быть пропорциональны, но мы наблюдаем обратное, в результате проведенных исследований. К тому же, у мужчин низкий показатель активности. Это свидетельствует об усталости (таблица 6). Так как данное исследование проводилось в рабочее время, то можно сделать вывод о том, что на рабочем месте для менеджеров мужского пола складывается не-

благоприятный психологический климат.

В результате можно заключить: обе группы испытуемых нуждаются в регуляции психоэмоционального состояния, формированию стрессоустойчивости.

Список литературы

1. Лазарев С. В. Психология безопасности профессиональной деятельности; Говорящая книга - Москва, 2012. - 763 с.
2. Лукьянова Т. В., Сувалова Т. В., Ярцева С. И. Психофизиология профессиональной деятельности и безопасность труда персонала; Проспект - Москва, 2012. - 883 с.
3. Николаева Е. И. Психофизиология Учеб. пособие / Е. И. Николаева. – Спб., 2023–704 с.
4. Попова Т. В. Регуляция психоэмоциональных состояний /Т. В. Попова. - Челябинск, 2010. – 335 с.
5. Цагарелли, Ю. А. Теория системной психологической диагностики: Учеб. пособие /Ю. А. Цагарелли. – Казань, 2009.- 334 с.

**«ЗНАНИЯ И НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС: НОВЫЕ
ПОДХОДЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»
X 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 25.12.2023 г. Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 2,03
Бумага офсетная. Печать: цифровая. Гарнитура шрифта: Times New Roman
Тираж 50 экз. Заказ 676.