

ТРУДЫ

института бизнес-коммуникаций

Том 8

2020

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

ТРУДЫ
ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

Научное издание

2020 • Том 8

*Под общей редакцией кандидата педагогических наук,
доцента М. Э. Вильчинской-Бутенко*

Санкт-Петербург
2020

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

T78

Редакционная коллегия:

д-р техн. наук, доцент *Н. Н. Рожков* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)

д-р экон. наук, профессор *М. Н. Титова* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)

канд. пед. наук, доцент *М. Э. Вильчинская-Бутенко* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)

канд. культурологии, доцент *О. Н. Судакова* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)

канд. культурологии, доцент *Ю. В. Зиновьева* (Санкт-Петербургский государственный институт культуры)

канд. ист. наук *Д. М. Омельченко* (Библиотека Российской академии наук)

канд. искусствоведения, доцент *Е. М. Дележа* (Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения)

T78 *Труды института бизнес-коммуникаций. Т. 8. / Минобрнауки РФ ; ФГБУ ВО «С.-Петербург. гос. ун-т промышленных технологий и дизайна» ; под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. – СПб.: СПбГУПТД, 2020. – 169 с.*

ISBN 978-5-7937-1887-5

Сборник включает научные статьи по широкому спектру вопросов журналистики, экономики и управления, технической эстетики и искусствоведения, педагогики, разрабатываемых ведущими преподавателями института бизнес-коммуникаций. В контексте поддержки и дальнейшего развития научно-педагогической школы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна в сборнике также размещены статьи коллег из других вузов и совместные работы преподавателей и молодых исследователей по актуальным на данный момент вопросам общественных наук.

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

ISBN 978-5-7937-1887-5

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И АРХИВОВЕДЕНИЕ

- Белкова К. В.* Модель шведской архивной системы 6
- Дозморov В. А.* Диахронический и синхронический анализ культурно-исторического направления в русской медиевистике начала XX столетия 13

ПЕДАГОГИКА

- Вильчинская-Бутенко М. Э.* Искусствоведческое образование и урбанистическое искусство: дидактический подход 19
- Кадер А. М.* Студенческое добровольчество в учебных заведениях МЧС России 29
- Руссу А. Н., Карлюга Ф. В.* Тестирование в обучении грамматике немецкого языка инструментами LMS MOODLE 33

ТУРИЗМ

- Бухонина В., Семенова Л. В.* Психологические критерии выбора тура 42
- Королева О. В.* Трансформационный туризм как тренд развития рынка велнес-услуг 48
- Рукомойникова В. П., Егoшина Е. И.* Особенности рекламы туристских услуг для людей пенсионного возраста 55
- Томасова Д. А.* Кулхантинг как стратегия создания новых форматов в сфере туризма 64

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И ДИЗАЙН

- Бандорина К. В.* Эволюция этнических трендов: современный предметный дизайн в контексте глобализации 74

Воробьёва Т. Ю., Горелова А. С. Основные направления в дизайне цвета столовой посуды: начало XXI века 84

Камнева И. Н. Современные тенденции: экомода в жизни человека 89

Уваров Н. Ю. Инклюзивный дизайн и устойчивое развитие: перспективы в решении комплексных проблем человечества 94

ЖУРНАЛИСТИКА

Кочкуркина А. А. Правовое регулирование отношений между участниками производства массовой информации (СМИ Республики Мордовия) 102

Пестова М. Е. Роль журналиста в освещении проблемы ВИЧ/СПИДА 107

Русяева Н. М. Опыт освещения актуальных проблем человечества в прессе Мордовии (по медиатекстам газет «Столица С» и «Известия Мордовии») 115

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Денисова Ю. А. Информационные системы в кадровом менеджменте 121

Захарченко Т. Н. Финансовая поддержка участия бизнеса в выставочно-ярмарочных мероприятиях 127

Ковина Е. Д., Ковалев В. Е. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности в Евразийском экономическом союзе 133

Наливайко Ю. А., Денисова Н. А. Методики измерения объёма пило- и лесоматериалов и их влияние на расчет таможенных платежей 142

Песоцкий А. Б., Макаренко Е. А. Скоринг как элемент современной системы оценки рисков в имущественном страховании 149

Шин В. В., Святохо Н. В. К вопросу о необходимости государственного регулирования развития регионов 157

Сведения об авторах	163
Требования к оформлению текстов в сборнике «Труды института бизнес-коммуникаций»	166

ИСТОРИЯ И АРХИВОВЕДЕНИЕ

УДК 930.25(485)

К. В. Белкова

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата педагогических наук, доцента
М. Э. Вильчинской-Бутенко*

МОДЕЛЬ ШВЕДСКОЙ АРХИВНОЙ СИСТЕМЫ

В статье рассмотрена специфика работы национального архива Швеции, выявлены особенности формирования национальной модели архивного устройства Швеции. Автором обозначена роль архивов в жизни общества, а также рассмотрен процесс работы архивов с разными категориями пользователей.

Ключевые слова: архивная служба, архивная модель Швеции, архивное управление, архив, «riksarkivet.se», национальный архив, Швеция, читальный зал, пользователи

Kira V. Belkova

*The paper was written under scientific supervision
candidate of pedagogical sciences, associate professor
Marina E. Vilchinskaya-Butenko*

MODEL OF THE SWEDISH ARCHIVE SYSTEM

The article deals with the specifics of the national archive of Sweden, identifies the features of the formation of the national model of the Swedish archival system. The author identifies the role of archives in the life of society, as well as the process of working with archives with different categories of users.

Keywords: archive service, archival model of Sweden, archival management, archive, «riksarkivet.se», National Archive, Sweden, reading room, users

Идея архивов как социальной памяти получила определенное признание в современном архивном дискурсе Швеции. Вместо того,

чтобы сосредоточиться на инструментальной ценности документальных записей, архивы рассматриваются как институционализирован-

ные феномены, конструкции памяти, которые просто своим существованием формируют (само)образ общества. Сбор архивных материалов и создание инфраструктуры для их сохранения и (в определенных пределах) обеспечения доступа к ним способствуют институционализации памяти общества.

Организация архивной системы, институциональной инфраструктуры в Швеции является продуктом нескольких взаимодействующих факторов: политической и административной системы, законодательства, культурных традиций. Архивная система Швеции имеет некоторые специфические особенности, отчасти обусловленные шведской законодательной и административной системой, а отчасти – историческими факторами, повлиявшими на развитие архивной сферы. В качестве предыстории сделаем краткий обзор организации шведской архивной системы.

Национальный архив Швеции – Риксаркивет (*Riksarkivet*) – один из старейших государственных органов страны, корни которого уходят в Средневековье. Начиная с правления короля Густава Васы, был создан архив из ранее собранных старых документов и документов, составленных Королевской канцелярией. 18 октября 1618 года Аксель Оксенштерна, лорд-канцлер (Риксканслер) Тайного совета, издал приказ о назначении специального секретаря вместе с

двумя писцами, ответственными за архив, положив, таким образом, начало Национальному архиву как учреждению.

В 1697 году пожар в замке Тре Кронор в Стокгольме уничтожил большую часть архивов, что привело к серьезной потере документов средневековья. Из 24 500 книг и 1400 рукописей удалось спасти только 6 000 книг и 400 рукописей соответственно. Одна из самых известных книг Швеции, Серебряная Библия (*Silverbibeln*) или Кодекс Аргентеус (*Codex Argenteus*), была якобы выброшена из окна замка, чтобы спасти его от огня.

Со временем архив стал менее значимым для деятельности канцлера и более ценным для исторических исследователей. Однако только в 1878 году Риксаркивет стал независимым органом [1].

Сегодня Национальный архив формирует свержвидение всех публичных архивов шведского правительства. Основными целями Риксаркивет являются обеспечение и защита следующих прав [2]:

- право каждого человека на доступ к публичным записям;
- информационные потребности в рамках правого общества и государственного управления;
- потребности исследователей и правительства доведения до сведения общественности, а также сохраняются в виде постоянных записей.

Государственные архивные

функции включают функции управления архивами и делопроизводством во всех государственных учреждениях, а также в Национальном архиве и его региональных отделениях, семи провинциальных архивах. Национальный архив функционирует в качестве окончательного хранилища записей правительственных учреждений, но также выполняет нормативную, надзорную и консультативную роль по отношению к государственным учреждениям.

Провинциальные архивы были созданы с 1898 по 1935 год и первоначально функционировали как региональные архивохранилища. Позже им была передана конкретная компетенция по надзору за государственными организациями, и они получили статус независимых органов, но с 2009 года подчиняются национальным архивам как региональные подразделения. Муниципальные организации (т. е. в настоящее время 290 муниципалитетов и 20 уездных советов и областей) в соответствии с принципом местного самоуправления, установленным шведским конституционным законом, не подлежат надзорному контролю со стороны национальных архивов, но, наряду с государственными учреждениями, регулируются законодательством, касающимся официальных документов, а именно законом «О

свободе печати», законом «О доступе общественности к информации и секретности», законом «Об архивах».

Муниципальные организации обладают компетенцией и ответственностью в вопросах ведения делопроизводства, а это означает, что каждый муниципалитет, уездный совет или регион выполняет архивную функцию. Некоторые более крупные муниципалитеты также создали отдельные архивные учреждения, городские архивы, предоставляющие читальные залы и обширные услуги пользователям.

Частные организации и частные архивные учреждения, за некоторыми исключениями в отношении частных субъектов, выполняющих государственные обязательства, не подпадают под действие какого-либо общего законодательства о ведении делопроизводства и не подлежат контролю со стороны национальных архивов или каких-либо муниципальных органов власти. Национальный архив и другие государственные архивные учреждения не обязаны собирать частные архивы, но им разрешается делать это на добровольной основе. Национальный архив и некоторые муниципальные архивы располагают, например, довольно обширными коллекциями архивов частного происхождения. Национальному архиву также в соответствии с уставом отводится консультативная и вспомо-

гательная роль по отношению к создателям частных архивов и частным коллекционным учреждениям.

Одним из важнейших направлений архивной деятельности в Швеции является сохранение истории экономической деятельности частных компаний. Хранение экономической документации является одной из ключевых проблем для архивной системы Швеции. Это обусловлено нежеланием частных компаний создавать собственные специализированные архивы. Вместо этого многие из них предпочитают пользоваться услугами специальных частных компаний. Доступ к таким документам ограничен, состояние оценить невозможно и использовать как культурное наследие – весьма проблематично. Для оказания помощи в создании архивов существуют такие организации, как Объединение промышленных архивов (*NAF*) и Промышленный архивный совет (*NLA*).

Подводя итог, можно сказать, что в течение последнего столетия сложилось довольно четкое разделение обязанностей между государственными, муниципальными и частными архивами, несмотря на некоторый параллелизм в деятельности, и, помимо государственных учреждений, было создано определенное количество частных архивных учреждений [3].

Риксаркивет, как уже было сказано, играет важнейшую роль в

архивном деле Швеции. В состав Национального архива входит:

- исследовательский центр, задачами которого являются поиск и распространение информации по запросам и подготовка интернет-публикаций;
- архивная информационная система (*SVARA*), объединяющая генеалогические данные семейных хроник;
- музейное отделение, осуществляющее консервацию, описание и контролирующее использование артефактов, которые попали на хранение вместе с документами;
- сектор комплектования Национального архива из ведомственных архивов.

Риксаркивет не имеет никаких церковных записей, т. к. они считаются местными публичными записями и хранятся в различных региональных архивах страны. На сайте *Riksarkivet* есть их список с адресами и контактными данными.

Материалы, обрабатываемые в Риксаркивет, в основном представляют собой правительственные записи как в аналоговой, так и в цифровой форме. Существует также много генеалогических записей, и большая часть материала, часто используемого, – это старые регистрационные книги. Большинство из них уже оцифровано, и в эту работу вложено много ресурсов. Риксаркивет также хранит некоторые частные архивы

выдающихся личностей, переданных в архив на определенных условиях (семья не может получить документы обратно после передачи в архив).

Риксаркивет открыт для всех, и не нужно иметь никакого специального разрешения, чтобы посетить архив. Но в конце 2017 года Риксдаг Швеции принял решение о том, чтобы сделать цифровой архив бесплатным (и, соответственно, доступным) для всех категорий граждан. Это решение шведского правительства и Министерства культуры было основано на стремлении сделать общее культурное

наследие страны доступным как можно большему количеству людей. Например, чтобы получить доступ к бесплатной информации на сайте Национального архива, достаточно нажать на кнопку в личном кабинете – *поиск по коллекциям* – и далее осуществлять поиск в цифровых архивах, индексах и базах данных Национальных архивов (ил. 1).

На сегодняшний день в Национальном архиве Швеции оцифровано около 180 миллионов страниц документов, из которых 65,5 миллиона доступны в цифровом формате в читальном зале.



Ил. 1. Официальный сайт Национального архива Швеции, опция "поиск по коллекциям"

Национальный архив Швеции постоянно прикладывает большие

усилия для обеспечения стабильной и растущей

инфраструктуры, которая облегчит работу сотрудникам архива и привлечет больше новых исследователей, например, ученых, журналистов, частные компании и фирмы. Национальный архив стремится как можно более тесно сотрудничать с музеями и библиотеками. Автор статьи отмечает, что сотрудничество архивов, музеев, и библиотек крайне важно и необходимо, так как их объединяют единые задачи, а именно: сохранение и передача культурного наследия для настоящих и будущих поколений, потому что история страны – это основа государства и самосознания его народа.

Итак, на сегодняшний день можно выделить ряд особенностей, присущих архивной системе в Швеции:

- прозрачность, публичность и доступность информации;
- архивная система тесно связана с органами самоуправления различных уровней, от региональных до коммунальных;
- архивы Швеции подчиняются непосредственно государству;
- деятельность архивов регламентируется законодательством Швеции, отраслевыми нормами и

международными стандартами Европейского союза (ЕС) [4].

Все эти особенности указывают на то, что архивы Швеции являются одним из основных культурно-образовательных и научно-исследовательских ресурсов общества.

Таким образом, автор статьи отмечает то, что архивы Швеции на сегодняшний день – это важнейшая часть национальной культуры, зона заботы о гражданах страны. Доступность информации – это залог осуществления демократических принципов, которые являются абсолютной ценностью для граждан Королевства Швеции. Важнейшая роль Национального архива – это служение шведскому народу, сохранение традиций, многовековой истории, и сотрудничество с другими странами. Вовлечение различных категорий пользователей и граждан является важнейшей задачей Национального архива, что определяет его функциональность. Важность Национального архива обусловлена поддержкой государства. В XXI веке архивы Швеции имеют большую историческую значимость для всего человечества, даже если завещание А. Нобеля составляет всего одну страницу.

Литература

1. Historik – Riksarkivet // Riksarkivet (in Swedish). Retrieved 2018-11-26. – URL: <https://riksarkivet.se/historik> (дата обращения: 10.04.2020). – Текст :

электронный.

2. Statens Arkiv, Syfte och mål för Statens arkiv, 2008-04-29. – URL: <http://www.statensarkiv.se/default.aspx?id=5617&refid=1026> (дата обращения: 10.04.2020). – Текст : электронный.

3. *Hansen, L.-E.* Memory at stake – Swedish private archives in a changing landscape / Lars-Erik Hansen & Anneli Sundqvist // Archives and Manuscripts. – 2016. – №44:3. – P. 124–140. – DOI: 10.1080/01576895.2016.1262267

4. *Карапетянц, И. В.* Архивы Швеции в XXI веке – Текст : электронный / И. В. Карапетянц // История и архивы. – 2011. – №18 (80). – С. 152–162. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhivy-shvetsii-v-xxi-veke-1> (дата обращения: 20.04.2020).

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ И СИНХРОНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В РУССКОЙ МЕДИЕВИСТИКЕ НАЧАЛА XX СТОЛЕТИЯ

В статье проведен диахронический и синхронический анализ культурно-исторического направления в русской медиевистике начала XX столетия. Автор рассматривает развитие данной научной школы ретроспективно, начиная с фактически ее основателя Т.Н. Грановского. Культурно-историческое направление в русской медиевистике начала XX столетия представлено в сравнении с общеевропейской медиевистикой данного периода. Сформулирован вывод о взаимосвязи проблематики в работах русских историков-медиевистов начала XX века с современностью.

Ключевые слова: культурно-историческое направление в русской медиевистике начала XX столетия, позитивизм в исторической науке на рубеже XIX – XX столетий.

V. A. Dozmorov

DIACHRONIC AND SYNCHRONIC ANALYSIS OF THE CULTURAL-HISTORICAL TREND IN RUSSIAN MEDIEVAL STUDIES, EARLY XX CENTURY

The article presents a diachronic and synchronic analysis of the cultural and historical direction in Russian medieval studies of the beginning of the XX century. The author considers the development of this scientific school retrospectively, starting with the actual founder T. N. Granovsky. The cultural and historical direction in Russian mediaeval studies of the beginning of the XX century is presented in comparison with the pan-European mediaeval studies of this period. The author draws a conclusion about the relationship of the problems in the works of Russian medieval historians of the beginning of the XX century with the present.

Keywords: cultural and historical direction in Russian medieval studies of the beginning of the XX century, positivism in historical science at the turn of the XIX-XX centuries.

Считается, что XIX столетие было главным периодом в складывании исторической науки в России. В 30-е–40-е годы XIX столетия на кафедрах университетов, на страницах книг и журналов вещались новые взгляды на процессы

развития и познания, природу и историю, на место и роль человека в мире. Речь шла о том, чтобы сформулировать и распространить в обществе новое мировоззрение – содержательное и универсальное. Социальную жизнь данного периода

определяют, прежде всего, литературные салоны. Здесь было чему обучиться, это была великолепная школа и для тех, кто говорил, и для тех, кто слушал. Салонные споры охватывали очень ограниченный круг участников и, в сущности, не имели серьезных перспектив. В салонах заинтересованные стороны выговаривались до конца. Здесь славянофилы и западники шлифовали свои аргументы, разрабатывая основные положения своих доктрин.

Особая роль принадлежала в этом Т. Н. Грановскому. Он дал русскому обществу ясное представление о том всемирно-историческом процессе, который, по мнению западников, медленно, но верно поглощал Россию. Именно он, историк западного мира, доказал своим слушателям, что современность есть необходимый результат разумного развития. Обращаясь в своих лекциях и трудах к XIV–XV столетиям, Т. Н. Грановский находил в них ответ на многие вопросы современности. Именно в это время формируется фундамент нового строя, в основе которого лежит идея личной свободы [5]. Двигаясь в науке собственным путем, Т. Н. Грановский обогатил русскую историческую науку новыми концепциями и ввел в научный оборот большое количество новых исторических фактов. Можно сказать, что «ни один русский профессор не производил на аудиторию такого неотразимого и глубокого впечатления» [6].

Во второй половине XIX столетия получила широкое распространение позитивистская методология. Едва замеченный при своем появлении, позитивизм стал самым распро-

страненным в философии, воздействуя на развитие целого ряда конкретных наук. Позитивизм стал официальной методологией значительной части историографии, определяя методы и приемы, и саму направленность исторического исследования [7]. Оценка позитивизма – дискуссионная. Противоречия объясняются чрезвычайностью и полифоничностью явления. Позитивизм все время пребывал в развитии, изменении, включал в себя разные течения и направления. Даже в период возникновения позитивизма между его основателями не было согласия по целому ряду важных методологических вопросов. Следует заметить, что приверженность канонам позитивизма вообще была невозможна для исторической науки. Систематика исторических фактов только тогда могла дать серьезный научный результат, когда за ним стояло стремление ученого к осмыслению этих фактов, выяснению их внутренней связи в общественном развитии [7]. Изучение «позитивных фактов» объективно способствовало обращению ученых к исследованию социально-экономической истории общества. Так как в этой сфере можно было оперировать относительно надежными фактами. Именно здесь существовала возможность использования методов естественных наук, за что так горячо ратовали теоретики позитивизма. В этой связи отмечают некоторый успех в изучении различных аспектов социально-экономической истории прошлого [7].

Широкое распространение позитивизма в России начинается с конца 60-х годов XIX столетия. Именно с этого времени в России

происходит постоянное переиздание трудов основоположников позитивизма, особенно Джона Милля, Герберта Спенсера, возникает широкая пропаганда их идей. Период интереса к позитивизму в русской медиевистике оказался небольшим. Уже на протяжении 70-х годов XIX столетия происходит любопытный сдвиг в ее отношении к позитивистской проблематике исторического исследования и к самому позитивизму [7]. Значение позитивистских идей, бесспорно, отразилось на всем дальнейшем развитии медиевистики. Многие ученые, занимавшиеся теоретико-методологическими проблемами исторической науки, не раз в своих построениях использовали наследие Огюста Конта и Герберта Спенсера, применяя одни из их положений и полемизируя с другими.

Чрезмерный интерес к позитивизму в целом, в науке привел к кризису на рубеже XIX–XX столетий. В это время ставятся под сомнение все основы мировосприятия человека «классического» Нового времени, и, прежде всего его абсолютная уверенность в непобедимой мощи европейского разума. Кризис европейского рационализма потряс философию, точные и естественные науки, стиль европейской жизни, серьезно изменил быт и самосознание людей, литературу и искусство. С ним, так или иначе, связаны некоторые политические процессы и катаклизмы.

Он не мог не оказать глубокого влияния на гуманитарные науки, и, в частности, на историю. Методологический кризис в исторической науке представлял собой бунт гуманистов против порабощения истории естественными науками. Под пора-

бощением они понимали использование в истории методов исследования, свойственных точным и естественным наукам. В России увлечение позитивизмом объясняют тем, что вся демократическая и социальная мысль в стране на протяжении многих десятилетий была увлечена социально-экономическими проблемами.

Начало XX столетия связано с появлением весьма немногочисленной группы историков, которые пытались решительно порвать с позитивизмом и найти новые пути для истории. В поисках тайны истории они обращались к человеческой душе, а не к производству или социальным конфликтам. В Московском университете В. И. Герье (1837–1919) был первым из представителей культурно-исторического направления русской медиевистики. Его привлекали сюжеты из истории церкви и религии. Любимым учеником В. И. Герье был один из талантливейших представителей отечественной культурно-исторической школы, профессор московского университета М. С. Корелин (1855–1899). Он единственный из учеников В. И. Герье выбрал своей основной специальностью историю культуры. Громадный интерес представляют работы М. С. Корелина, посвященные ренессансной теме и гуманизму; их несомненным достоинством является новое освещение характерных черт гуманистической культуры [2].

Интерес к проблемам средневековой культуры в начале XX столетия зарождается и в Петербургском университете. Здесь инициатором в разработке данной тематики и гла-

вой культурно-исторической школы выступал И. М. Гревс (1860 – 1941). Предметом научных изысканий для И. М. Гревса стали средневековые города Италии и Франции, он много раз ездил в эти страны и изучал их памятники. И. М. Гревс так же прививал ученикам методы исторического анализа и навыки работы с первоисточниками, широкий исторический кругозор, умение видеть за строками документа живую жизнь ушедших веков, что только и создает настоящих историков. В целом И. М. Гревс явился основоположником той культурно-исторической школы в Петербургском университете, которая выдвинула на первый план всестороннее изучение духовной жизни средневековья как некоего культурного единства [4]. Среди близких учеников И. М. Гревса в разное время были Н. П. Анциферов, Н. А. Сергиевская, Н. П. Оттокар, Л. И. Новицкая, Н. М. Соколов, О. А. Добиаш-Рождественская, А. Я. Закс, В. Э. Крусман, С. Ф. Знаменская, Н. С. Врасская, Л. П. Карсавин, Т. Б. Лозинская и многие другие.

На рубеже XIX–XX столетий отечественная медиевистика развивалась самым энергичным образом, во многом опережая Францию, Германию и другие европейские государства. Так, медиевистика во Франции в этот период времени так же добилась определенных успехов в области частных локальных исследований и создания более широких по тематике обобщающих трудов, посвященных разным сторонам истории средних веков. Примечательно, что значительно возрос перечень тем и

проблем, интересовавших ученых в этой отрасли исторического знания. Классические темы по истории средневекового города приобщались к всеобщему потоку медиевистики, уделявшей теперь не меньшее внимание аграрным отношениям, истории средневекового государства и права на разных этапах их развития. В конце 90-х годов XIX столетия во французской медиевистике растёт протест против эмпиризма и тяга к историческим обобщениям, принявшая форму исканий «культурно-исторического синтеза». В теоретическом плане эти искания опирались на позитивистскую французскую социологическую школу, которую возглавлял Эмиль Дюркгейм. Наиболее энергичным посредником между идеями социологической школы и собственно историографией стал Анри Берр, основатель концепции «исторического синтеза», оказавшей огромное влияние на становление французской исторической мысли в XX столетии [1].

В Германии интерес к идейной истории средневековья так же проявился во второй половине XIX столетия. В это время основательно растет проблематика исследований: наряду с политической и дипломатической историей, а также историей права, теперь активно разрабатывается история культуры. Под культурой представители культурно-исторической школы видели общность духовной и материальной культуры общества, этических идеалов, религиозных верований, обычаев и различных проявлений человеческой личности в истории разных народов. Деятели

культурно-исторической школы доказывали, что обычаи и верования людей оказывают на ход истории не меньшее воздействие, чем политика, законодательство, войны. Определенное воздействие на германскую культурно-историческую школу оказал Якоб Буркгардт, профессор Базельского университета. Он первым создал вполне определенную и законченную схему становления европейской культуры, оказавшую большое влияние на последующую историографию в этой области знания.

Таким образом, у отечественной медиевистики начала XX века есть определенное наследие, идущее из XIX столетия. Отечественная медиевистика начала XX века развивалась в рамках общеевропейской медиевистики этого же времени. Историки рубежа XIX–XX столетий много сделали для развития отечественной и мировой исторической науки. Многие моменты, о которых, так или иначе, идет речь в трудах

историков этого времени, нашли, за некоторым исключением, отражение в дальнейших разработках уже в период второй половины XX века, например, во французской школе «Анналов» (*École des Annales*) – «Новая историческая наука» (*La Nouvelle Histoire*) [3].

В советский период на протяжении длительного времени объектом и предметом отечественной исторической науки были «классы», «массы», различные социально-экономические процессы, политические события. Представители культурно-исторического направления в русской медиевистике начала XX столетия просто не вписывались в общий методологический контекст, их имена были надолго забыты. Положение начало меняться только в наши дни: с 90-х годов XX столетия активно переиздаются исторические сочинения эпохи русского модерна. Однако следует переосмыслить основные источники, по-новому прочесть их и систематизировать.

Литература

1. Гутнова, Е. В. Историография истории средних веков : [учебник для вузов по спец. "История"] / Е. В. Гутнова ; изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Высшая школа, 1985. – 480 с. – Текст : непосредственный.

2. Дозморov, В. А. К вопросу о взаимоотношениях исторической науки и современности (на примере культурно-исторического направления в русской медиевистике начала XX столетия) – Текст : непосредственный / В. А. Дозморov // Наука через призму времени. 2020. № 6. С. 46–51.

3. Дозморov, В.А. Концепция средневековой культуры в работах Л. П. Карсавина. – Текст : непосредственный / В. А. Дозморov // Signum IV: сб. научн. тр. – Пермь, 2005. – С. 37–49.

4. Каганович, Б. С. И. М. Гревс – историк средневековой городской культуры – Текст : непосредственный / Б. С. Каганович // Городская культура средневековья и начало нового времени: [сб. ст.] / АН СССР, Ин-т истории

СССР, Ленингр. отд-ние; Под ред. В. И. Рутенбурга. – Ленинград : Наука, Ленингр. отд-ние, 1986. – С. 43–51.

5. *Левандовский, А. А.* Т. Н. Грановский в русском общественном движении / А. А. Левандовский. - Москва: Изд-во МГУ, 1989. – 251,[2] с. : ил.– ISBN: 5-211-00036-6. – Текст : непосредственный.

6. *Виноградов, П. Г.* Грановский (Тимофей Николаевич) – Текст : электронный // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). – Санкт-Петербург, 1890–1907. UTL: <http://www.vehi.net/brokgauz/>

7. *Могильницкий, Б. Г.* Политические и методологические идеи русской либеральной медиевистики середины 70-х годов XIX в. – начала 900-х годов / Б. Г. Могильницкий. – Томск: Издательство Томского университета, 1969. – 410 с. – Текст : непосредственный.

УДК 74.01/.09

М. Э. Вильчинская-Бутенко

ИСКУССТВОВЕДЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И УРБАНИСТИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО: ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Рассматриваются вопросы изменения подходов к искусствоведческому образованию. Отмечается, что в современном динамичном мире назрела необходимость связи академического образования с изучением различных форм урбанистического искусства. Указывается, что концептуальной основой для преподавания урбанистического искусства должна стать тема места, окружения, с которым взаимодействуют городские сообщества.

Ключевые слова: *урбанистическое искусство, стрит-арт, граффити, дидактика, вопросы преподавания*

Marina E. Vilchinskaya-Butenko

ART EDUCATION AND URBAN ART: A DIDACTIC APPROACH

The issues of changing approaches to art history education are considered. It is noted that in the modern dynamic world, there is a need to link academic education with the study of various forms of urban art. It is pointed out that the conceptual basis for teaching urban art should be the theme of the place, the environment with which urban communities interact.

Keywords: *urban art, street art, graffiti, didactics, teaching issues*

Сегодня во всем мире наблюдается рост интереса к творчеству уличных художников, арт-объекты уличного искусства и граффити все чаще появляются в российских городах. Растет ценность уличного искусства в галереях, музейном мире, мире моды и сфере образования (на факультетах искусства и художественного образования, а также в системе обучения в художественных классах). Бурное распространение

уличного искусства и граффити не может не вызывать интерес преподавателей и студентов-искусствоведов к художественному миру, который окружает их в повседневной жизни. Таким образом, возникает потребность в отражении современных художественных проявлений в учебных программах высшей школы и учреждений системы дополнительного образования. Между тем уличное искусство и граффити не-

дооцениваются при изучении искусства в академическом мире (особенно в России).

Для объективации картины автор предпринял попытку проанализировать художественные учебные курсы, изучающие разные формы урбанистического искусства в образовательных учреждениях России.

В первую очередь, за последние 2-3 года следует отметить проявление активного интереса учреждений дополнительного образования к искусству граффити. С одной стороны, интерес к этому феномену со стороны молодежи объясняется распространением работ граффити-райтеров через социальные сети и проведением ежегодных граффити-фестивалей по всей России. С другой стороны, учреждения дополнительного образования в поисках дополнительных источников финансирования используют интерес молодежи к стритвиру и субкультурным элементам «хип-хопа», предлагая более «мягкий» вариант освоения этого в принципе несанкционированного искусства.

Образовательные программы, направленные на изучение граффити, предназначены в основном детям подросткового и юношеского возраста (возрастной диапазон достаточно широк – от 7 до 22 лет), разрабатываются как в крупных городских центрах (Санкт-Петербург, Тольятти), так и в городах с относительно малым числом населения (Нефтеюганск, Полевской). Качество и наполнение программ также существенно отличаются. Например, в программе «Граффити» (разработчик Орлова А. С., 2018 г., МАУДО ПГО «Центр развития творчества

им. П.П. Бажова» г. Полевской Свердловской области) при изучении граффити акцент все равно делается на изучение классических дисциплин: прикладная графика, станковая композиция, основы графического дизайна, цветоведение, технология материалов стенописи, шрифт.

В дополнительной общеобразовательной программе для детей 10-14 лет (разработчик Кузьмина Г. В., 2019 г., МБУ ДО «Дом детского творчества» г. Нефтеюганск) граффити характеризуется как «модный» вид творчества, новая технология «рисования аэрозольными красками картин, дизайн и оформление интерьеров и экстерьеров в стиле граффити» [1]. И нефтеюганская программа, и платная дополнительная общеобразовательная программа художественной направленности «Граффити» (разработчик Пилясова И. И., 2017 г., МБОУ ДО «Родник» г. Тольятти) знакомят членов студий с многообразием стилей граффити: «зентагл», «дудл», «блокбастер», «*character*», «*manhattan*», «*bubble*», «*throw-up*», «*wild*», «*3D*» и др.

Оценить петербургские дополнительные общеобразовательные общеразвивающие программы «Граффити» (разработчик Замараева Н. А., 2018 г., ГБНОУ Дворец учащейся молодежи Санкт-Петербурга), рассчитанные на 2 года обучения и предназначенные для молодежи 14-18 лет и 15-22 лет, не представляется возможным, поскольку в рабочей программе ставится цель самореализации участников посредством овладения искусством граффити, но при этом упоминаются занятия по бумажной пластике, оригами, переносе

эскиза на ткань, а формой подведения итогов – контрольные занятия, соревнования, конкурсы и практическое вождение автомобиля по автодрому (?). Конечно, дидактика использования соревнования на уроках изобразительного искусства как средства активизации творческого процесса доказана еще в 1990-е годы Н. Е. Ташевой [2], но, по мнению автора, перенос в сферу дополнительного образования таких форм контроля, как тестирование (МБУ ДО «Дом детского творчества» г. Нефтеюганск) [1], недопустим как в силу специфики досуговой деятельности (чьи отличительные черты – добровольность и самодеятельность), так и в силу особенностей самой субкультуры граффити.

Школа граффити и стрит-арта функционирует на базе ГБПОУ «Колледж Архитектуры, Дизайна и Реинжиниринга №26 (ГБПОУ «26 КАДР») в Москве и так же представляет собой программу дополнительного образования студентов колледжа в возрасте от 13 до 17 лет.

Более продуманной выглядит дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа для взрослых «Лаборатория Стрит-Арта», разработанная в АНО «Академический центр творчества, предпринимательства и права» (г. Москва) [3]. Как указано в программе, обучающиеся получают представление о тезаурусе стрит-арта, истории монументальной живописи, художественных техниках и граффити, отрабатывают навыки работы с цветом, краской, фактурой поверхности, построения шрифтовых и абстрактных композиций, создания комиксов, умение работать в виртуальной

среде и пр. Обучение имеет курсовой характер:

Курс «История настенной живописи и стрит-арта» знакомит с историей настенной живописи и граффити, основными инструментами и терминами стрит-арт художников; после его прохождения обучающиеся получают общее представление о монументальной живописи и граффити, создают эскизы копий известных мастеров.

Курс «Построение шрифтовых и абстрактных композиций» состоит из трех последовательных разделов – «Карандашный эскиз», «Скетч маркером», «Стрит-арт композиция».

Курс «Комиксы и блокбастер» изучает основы создания комиксов в стрит-арте, формирует навыки работы с краской и фактурой поверхности, переноса эскиза на картон или любой другой материал и готовит основу для дальнейшего изучения способов создания стрит-арт композиций.

Курс «Реализм и фотореализм» направлен на создание собственных произведений в масштабе и состоит из четырех последовательных разделов как основной части стрит-арт обучения: «Отработка навыков работы с персонажем», «Создание фотореалистических скетчей», «Поиск и выбор собственного стиля», «Создание картины на картоне, холсте или стене» [3].

Также «Лаборатория Стрит-Арта» предлагает курсы «Каллиграфия», «Комиксы», «Аэрография», «3D-живопись».

Совсем другая картина наблюдается в системе академического образования. Традиционно специали-

стов для сферы художественного оформления архитектурных объектов выпускают кафедры/факультеты монументально-декоративного искусства, где подготовка студентов твердо стоит на классических позициях. Отход от традиций – не сильная сторона отечественного образования, хотя за последние 8 лет российскими вузами были предложены абитуриентам образовательные программы преимущественно магистерской направленности: «Городская информатика и прикладная урбанистика», «Цифровые технологии умного города» Института дизайна и урбанистики Университета ИТМО, курсы «Проектирование общественных пространств» Московской архитектурной школы МАРШ и др. Практикоориентированный характер функционирования высшей школы обуславливал разработку программ, прежде всего, прикладного назначения.

Исключение составляют авторские курсы, читаемые в рамках изучения современного искусства (например, «Искусство улиц и современный паблик-проект» А.В. Польского в Российском государственном гуманитарном университете, «Публичное искусство» С. Швецовой-Катц в Санкт-Петербургском государственном университете на факультете свободных искусств и наук) а также программа бакалавриата и магистратуры «Урбанистическое искусство» в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна [4] по направлению обучения 50.03.04 Теория и история искусств и 50.04.03 История искусств соответственно.

Изучаемые в СПбГУПТД учебные программы, несмотря на базис в виде истории отечественного и мирового искусства, включают ознакомление с граффити и уличным искусством, что обеспечивает студентам возможность понять искусство, окружающее их каждый день. Таким образом соблюдается баланс между познанием классического искусства и «тенденциями современного дня, чтобы одно не шло в ущерб другому», помогало «осознавать целесообразность привнесения традиционного мировосприятия в современную культуру» [5, с. 83].

По мнению автора, концептуальной основой для преподавания урбанистического искусства является тема *места*. Окружение, с которым мы взаимодействуем, говорит с нами через визуальные стимулы. По мнению Р. Мура, «фундаментальная предпосылка визуальной культуры как подхода к художественному образованию состоит в том, что наша культура является исключительно визуальной: это визуальная культура» [6, с. 16]. Визуальная культура в значительной степени концентрируется в студенческой среде, и, чтобы отношения обучающегося с городским пространством были гармоничными, а эстетические переживания – интенциональными и рефлексивными, визуальная культура должна быть включена в учебную программу, возможно, в виде курсов по граффити и уличному искусству. В реальном мире студенты, скорее всего, найдут продукты массовой информации и массовой поп-культуры более знакомыми, чем то, что они видят на стенах домов и во дворах. Но через тему места сту-

денты смогут понять свой город как неотъемлемую часть уличного искусства и граффити. Процесс осознания присутствия этого вида искусства должен дать возможность обучающимся лучше познакомиться со своим городом, сфокусировать внимание на его жизни, почувствовать более интенсивную связь с городом и его художественными представлениями, которые можно найти практически в любом месте.

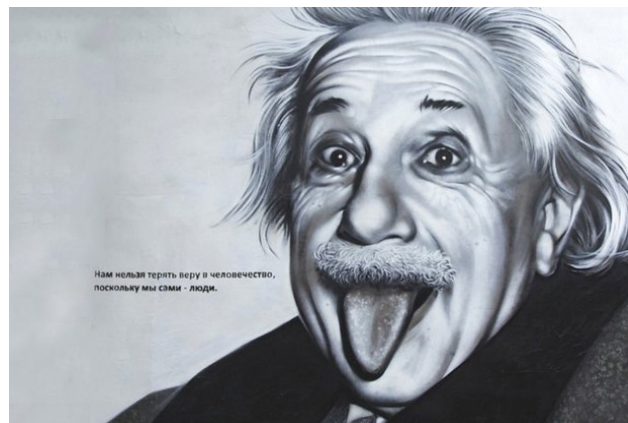
Уличное искусство – чрезвычайно динамичное явление. В силу своей специфики, прежде всего, по причине несанкционированности размещения таких арт-объектов, период его «жизни» колеблется от нескольких часов до нескольких лет. К примеру, интересный опыт дает даже непродолжительное (всего в несколько лет) наблюдение за размещением арт-объектов в одном месте.

В Санкт-Петербурге в садике дома Пашкова на протяжении ряда лет команда *Hoodgraff* размещала

Художники, начав работать нелегально в 2013 году, постепенно выработали свой стиль и перешли в область коммерческих заказов, дизайна, паблик-арта и фестивального движения.

Концепция творчества команды *Hoodgraff* слабо прослеживается. В Санкт-Петербурге, в частности, они известны серией портретов (Виктора Цоя, Михаила Горшенева, Би Би Кинга и др.). Художники также слабо интегрированы в субкультурное сообщество, предпочитая работать автономно. Вдохновитель команды Артем Бурж в одном и том же интервью, в частности, отмечает: «мы постоянно работаем над ком-

свои работы на стене подстанции «Ленэнерго». С 2014 по 2016 год – портрет Эйнштейна с цитатой «Нам нельзя терять веру в человечество, поскольку мы сами – люди» (ил. 1).



Ил. 1. Маврин, команда Hoodgraff. Портрет Эйнштейна. Садик дома Пашкова, Литейный пр., 37-39, Санкт-Петербург. 2014-2016

мерческими проектами», и тут же: «главный творческий принцип — делать все по-настоящему и не мчаться за дешевой славой. Все работы, которые люди видят на наших соцресурсах, сделаны по собственной инициативе. То есть они некоммерческие» [7].

В 2016 году свое несогласие с амбивалентностью художественной концепции *Hoodgraff* выразила группа неизвестных, в результате чего арт-объект дважды подвергся вандальным нападкам: в феврале на него была нанесена надпись «Потрачено», в ноябре, после восстановления, вторая надпись – «Оформуха» (ил. 2). Действительно, в сообществе

уличных художников работы витебской команды *Hoodgraff* расценивались как паблик-арт с

выраженным оформительским уклоном.



Ил. 2. Надписи «Потрачено» (февраль 2016) и «Оформуха» (ноябрь 2016)

После второго акта вандализма художники *Hoodgraff* на том же месте разместили портрет Юрия Шевчука с посланием «Завтра все будет иначе» из песни группы ДДТ «Юго-Западный ветер» (ил. 3). Тем самым команда символически обозначила свою твердую приверженность созданию галереи портретов. На этом диалог художников с их критиками на несколько лет прервался.



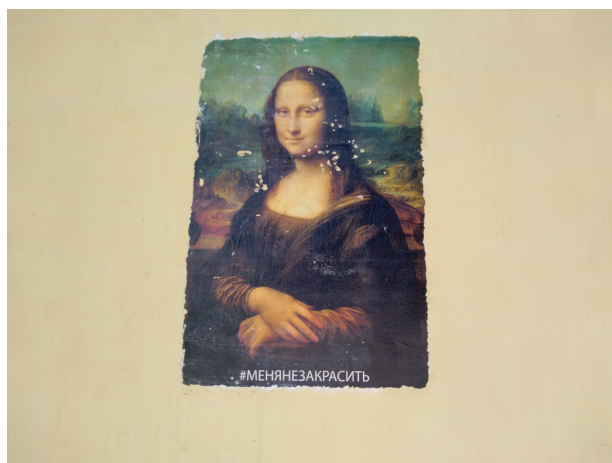
Ил. 3. Команда Hoodgraff. Портрет Юрия Шевчука. Там же, 2016-2018

Осенью 2018 года портрет Юрия Шевчука снова был закрасен по предписанию Государственной административно-технической инспекции, выданной «Ленэнерго». Через несколько часов на месте баффинга появилась надпись большими буквами «Красьте снова», сделанная поклонниками худграффовского стрит-арта, а еще через день – новая работа *Hoodgraff* «...И тебя вылечат» из известного советского фильма Леонида Гайдая «Иван Васильевич меняет профессию» (ил. 4). Другими словами, команда вступила в диалог с собственником недвижимости.

Вскоре работа *Hoodgraff* «...И тебя вылечат» снова была закрасена, и диалог прервался. Несколько месяцев продержался портрет Джоконды с хэштегом «#МЕНЯНЕЗАКРАСИТЬ», но победу (хочется верить, временную) в споре между искусством и чиновниками одержала незаконная реклама (ил. 5).



Ил. 4. Команда Hoodgraff. «...И тебя вылечат». Там же, 2018-2019



Ил. 5. «#МЕНЯНЕЗАКРАСИТЬ» и незаконная реклама. Там же, 2020 г.

За время вынужденной изоляции из-за угрозы пандемии в период весны 2020 года художники

Hoodgraff также высказали свое видение ситуации, разместив на том же излюбленном месте мурал-скетч из

несколько подзабытого, но знакового мини-сериала «Крутое пике» из развлекательного тележурнала «Каламбур» (ил. 6). Сериал пародирует фильмы-катастрофы; по его сюжету авиалайнер терпит крушение над Атлантикой в течение 325 серий и совершенно непонятно, когда и чем закончится этот сериал и закончатся ли он вообще (созвучно с неопределенностью ныне переживаемой эпидемии). На переднем плане художники разместили «неунывающего и мужественного» Командора, неадекватность которого в сериале

проявилась вполне очевидно, за его спиной – «изобретательного и находчивого» второго пилота Дринкинса (в сериале он – нытик и истерик). Получился своего рода сиюминутный срез современного общества: отчаянные и безбашенный смельчаки, не верящие в пандемию и необходимость от нее защищаться доступными средствами (Командор) и пессимисты-параноики, уверенные в том, что «все мы умрем» (Дринкинс). Зрителю предлагается выбрать: «...кто ты будешь такой?»



Ил. 6. Командор и Дринкинс из мини-сериала «Крутое пике». Там же, апрель 2020 г.

Приведенный пример интересен с точки зрения взаимодействия искусства и разных локальных сооб-

ществ в конкретном месте городской среды. Согласно С. Грэдлу, место представлено как многозначное по-

нятие, богатое личностными, социокультурными, историческими и политическими характеристиками [8, с. 392]. Когда мы пытаемся определить, что такое место, это трудно именно потому, что оно содержит множество значений, и каждое значение имеет очень интимный оттенок, который создается связями, переживаниями и, конечно же, локальными местами каждого человека.

Уличное искусство свидетельствует о социальных позициях, политических представлениях, с которыми художники согласны или не согласны, или оно используется для обозначения своей территории. Оно не существует в определенном художественном пространстве наподобие музея или галереи, специально зарезервированных для искусства, и по этой причине граффити и уличное искусство воспринимаются некоторыми как вандализм. В свете негативного восприятия уличного искусства и граффити должен существовать способ сделать связь этих форм урбанистического искусства с академическим образованием более эффективной, теснее объединить, как считает Р. А. Смит, «ученых и специалистов в области художественного образования в направлении демонстрации возможностей соотношения теории с практикой, придавая эстетическому опыту смысл» [9, с. 23].

Искусствоведческое образование – это область, которая должна развиваться вместе с изменениями общества и новыми тенденциями образования. «Современная эпоха художественного образования подвержена значительным социальным и идеологическим изменениям, ко-

торые наносят удар по нашим концептуализациям искусства, преподаванию и воспитанию, обучению и разработке учебных программ» [10, с. 1]. Цель искусствознания, как и любой другой предметной области, состоит в том, чтобы донести до студентов необходимость осмысливать новое содержание знакомых истин, выходить за пределы послушного усвоения и переходить к активному размышлению и созданию новых смыслов.

Роль преподавателей заключается в создании учебных программ, которые позволят студентам увидеть эту «большую картину» за пределами учебной аудитории, подчеркнут связи обучения с реальным миром, будут способствовать подлинному обучению искусству как отражению человеческого опыта, не только прошлого, но и настоящего. Работа преподавателя заключается в том, чтобы создать возможности для обучения в таком ключе, который приведет к прочному пониманию искусства через сложные, абстрактные и контринтуитивные идеи, вовлекая студентов в активное вопрошание, практику опробования идей и переосмысление того, что они делают, думают, знают. Это означает, что учебный план, включающий предметы по изучению уличного искусства и граффити, должен позволить студентам увидеть эту форму искусства в другом свете, изменив то, что они считали истинным.

Тематические формы обучения, в свою очередь, позволят расширить дидактику преподавания искусства, поскольку они связаны с повседневной жизнью студентов, контекстом места или с ними самими.

Литература

1. Дополнительная общеобразовательная программа для детей 10-14 лет: «Граффити». МБУ ДО «Дом детского творчества» города Нефтеюганска. – URL: <http://ddt-ugansk.ru/hudozhestvennaya-napravlennost/obedinenie-graffiti> (дата обращения: 25.03.2020). – Текст : электронный.
2. *Ташева, Н. Е.* Соревновательная форма проведения уроков по изобразительному искусству в общеобразовательной школе (на примере 5-7 классов): автореф. дис. канд. пед. наук / Н. Е. Ташева; Московский педагогический государственный университет. Москва, 1993. 16 с. – Текст : непосредственный.
3. Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа для взрослых «Лаборатория Стрит-Арта». – URL: https://2e997c99-6ad7-4a13-9a89-bf5960cacbe4.filesusr.com/ugd/e3526e_2ac7610507ca4ff5b4f2b5537faf804.pdf (дата обращения: 25.08.2019). – Текст : электронный.
4. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Профиль "урбанистическое искусство" в отечественном образовательном пространстве: опыт первых шагов – Текст : непосредственный / М. Э. Вильчинская-Бутенко, О. Н. Судакова // Художественная культура России вчера, сегодня, завтра: региональный аспект. Материалы Всерос. (с междунар. участием) научн. конф. Красноярск. гос. ин-т искусств; отв. ред. Н. А. Еловская. – Красноярск, 2017. – С. 178–180.
5. *Ташёва, Н. Е.* Преподавание традиционных художественных росписей в системе педагогических учреждений – Текст : непосредственный / Н. Е. Ташёва // Современные тенденции изобразительного, декоративного прикладного искусств и дизайна. – 2018. – № 1. – С. 78-84.
6. *Moore, R.* Aesthetic experience in the world of visual culture – Текст : непосредственный / R. Moore // Arts Education and Policy Review. – 2004. – № 105(6). – P. 15–22.
7. *Галкина, Ю.* Главные уличные художники Петербурга: Команда HoodGraff, проект «Явь», Миша Маркер и Павел Мокич – о Данииле Хармсе и Даниле Багрове, обидах и победах, принципах и инцидентах // The Village. 18 ноября 2016. – URL: <https://www.the-village.ru/village/people/people/250571-street-art> (дата обращения: 25.03.2020). – Текст : электронный.
8. *Gradle, S.* Ecology of place: Art education in a relational world – Текст : непосредственный / S. Gradle // Studies in Art Education. – 2007. – №48 (4). – P. 6–12.
9. *Smith, R. A.* Aesthetic education: Questions and issues – Текст : непосредственный / R. A. Smith // Arts Education Policy Review. – 2005. – №106 (3). – P. 19–34.
10. Context, content, and community in art education : beyond postmodernism / ed. by Ronald W. Neperud. – New York : Teachers College Press, 1995. – xi, 260 p. – Текст : непосредственный.

СТУДЕНЧЕСКОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ МЧС РОССИИ

Волонтерство в последние десятилетия стало широко распространенным явлением. В виду роста населения и быстрого изменения социальных и экономических потребностей людей многие правительства не в состоянии справиться с ожиданиями граждан; это закономерно привело к расширению добровольческого сектора, который облегчает бремя правительств по обеспечению безопасности жизнедеятельности. Этот правительственный патронаж добровольчества породил все более многочисленные волонтерские инициативы в образовательных учреждениях страны. В настоящее время на базе университетов МЧС России реализуются различные волонтерские программы. Основной мотивацией для студентов университетов является возможность получить опыт работы, связанный с их образованием и карьерой.

Ключевые слова: добровольчество, студенчество, вузы МЧС России

Amir M. Kader

STUDENT VOLUNTEERISM IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF THE MINISTRY OF EMERGENCY SITUATIONS OF RUSSIA

Volunteering in the last decades became the widespread phenomenon. In a kind the increase of population and rapid change of social and economic necessities of people many governments are unable to manage with expectations of citizens; it appropriately resulted in expansion of volunteer sector that facilitates the burden of governments on providing of safety of vital functions. This governmental patronage of добровольчества generated more numerous volunteer initiatives in educational establishments of country. Presently on the base of universities of MEM MEASURES of Russia the different volunteer programs will be realized. Basic motivation for the students of universities is possibility to get the experience related to their education and career.

Keywords: volunteering, students, universities of ministry of emergencies of Russia

В 1999 году восемью учеными из разных стран было проведено сравнительное исследование,

ставящее целью изучение того, в какой степени студенты университетов участвуют в

волонтерской деятельности, и насколько это связано с их личностью. Между этими восемью странами была выявлена разница в отношении доли студентов, вовлеченных в добровольческую работу: Австралия (28 %), США (51 %), Швеция (19,9 %), Венгрия (60,4 %), Чехия (46,3 %), Болгария (42,2 %) и Россия (23,4 %) [1]. Хотя российских студентов-волонтеров в этом исследовании нельзя назвать лидерами, тем не менее, цифра впечатляющая. К сожалению, с конца XX века масштабных исследований, посвященных добровольчеству среди российских студентов, более не проводилось.

Согласно усредненным данным за 10 лет, Россия занимает 117 место в мире по уровню развития частной благотворительности. Это далеко не самый лучший показатель, но на протяжении последних десяти лет наша страна улучшала свои позиции в индексе. В первый год выхода исследования Россия занимала 138 место, а в 2018 году — уже 110 строчку в общем зачете. Председатель совета Ассоциации волонтерских центров А. Метелев в июне 2019 года сказал: «У нас в стране 15 % [населения] волонтеров <...> Их было 5 % в 2014 году, сейчас их 15 %, это подтверждают все три социологические службы: ВЦИОМ, ФОМ и Высшая школа экономики» [2]. Однако следует отметить, что при общих показателях роста добровольчества растут преимущественно такие виды деятельности, как денежные пожертвования и помощь незнакомым людям, в то время как доля волонтерской активности за последние 10 лет снизилась на треть: с 18 % до 11 %.

Что касается добровольчества студентов, следует также отметить отсутствие надежных данных о показателях и характеристиках студенческого волонтерства, и в их отсутствие мы должны обратиться к исследованиям добровольческого участия в более общем плане.

Хотя большинство студентов университетов относятся к молодежной возрастной когорте, не все молодые люди являются студентами университетов, и не все студенты университетов являются молодыми людьми. Существует широко признанная положительная связь между уровнем образования и добровольчеством [3]. Это говорит о том, что уровень добровольчества среди студентов будет выше, чем среди населения в целом в этой возрастной категории. Это предположение подтверждается данными австралийского исследования волонтерской работы, которое показало, что уровень добровольчества среди студентов в возрасте от 18 до 24 лет выше более чем в два раза по сравнению с молодыми людьми того же возраста, которых не классифицировали как студентов [4]. Таким образом, студенты университетов имеют более высокий уровень добровольчества, чем в среднем по их возрастной когорте.

Независимо от уровня нынешнего добровольчества, основной идеей многих инициатив по расширению молодежного и студенческого волонтерства является развитие более гибких его возможностей. Это связано с изменением природы добровольчества как непреднамеренного следствия современности: люди переходят от регулярного и долго-

срочного к более краткосрочному, эпизодическому или случайному волонтерству; именно оно особенно популярно среди молодежи. Молодые люди ищут и вовлекаются в краткосрочные переживания, которые удовлетворяют их непосредственные и актуальные потребности и вызывают чувство удовлетворенности.

Добровольчество классифицируется по временному континууму: временное (добровольчество только в течение короткого времени); промежуточное (добровольчество на основе арегулярности, но в течение определенного периода, например в рамках проекта); и случайное (добровольчество на короткие периоды через регулярные промежутки времени). Таким образом, волонтерство – это все более разнородная деятельность, которая представляет собой временную шкалу с долгосрочными регулярными добровольцами на одном конце и случайными добровольцами на другом конце. Эта вариативность участия требует дальнейшего рассмотрения в отношении студентов-добровольцев, которые изначально рассматривались как однородная группа с точки зрения участия или неучастия.

Практический смысл заключается в том, чтобы использовать различные виды волонтерства и предлагать студентам краткосрочные и долгосрочные возможности для волонтерской работы. Как правило, образовательные учреждения и студенческие группы поощряют случайное добровольчество, предлагая одноразовые варианты группового волонтерства и используя социальные сети и университетские клубы,

чтобы расширить случайное волонтерство.

Молодые люди добровольно работают по мотивам, отличающимся от мотивов пожилых. Мотиватором для молодых людей чаще всего выступает возможность получить связанный с работой опыт, навыки и квалификацию, которые могут помочь им в их образовании и карьере. Волонтерство для студентов имеет множество преимуществ: может способствовать академическому развитию, развитию личных навыков и чувства гражданской ответственности.

Своей спецификой обладает добровольчество в ведомственных вузах системы МВД и МЧС. Исследование М. А. Правдова, Р. М. Шипилова, О. В. Шипиловой и В. Н. Матвейчева, проведенное на базе Ивановского института ГПС МЧС России [5], показало, что для студентов-волонтеров на первом месте по значимости стоит получение знаний и опыта, затем идет потребность быть нужным людям, а затем – с отставанием (на шестом месте) – стоит профессиональное самосовершенствование. Вероятно, это связано с необходимостью для вузов соответствующим образом адаптировать свои программы и возможности.

Эпизодическое волонтерство является популярной тенденцией среди студентов университетов из-за присущего им дефицита времени и склонности к более рефлексивному и менее коллективному типу волонтерской деятельности. Кроме того, согласно теории поколений Н. Хоува и У. Штрауса, поколению Y (или поколению Сети) присуща такая ха-

рактеристика, как немедленное вознаграждение. Эти тенденции должны быть признаны и использованы для повышения «добровольности» студентов и их способности к добровольчеству.

Кроме того, «волонтерская деятельность может являться инновационной средой в системе ГПС МЧС России, позволяющей реально осуществлять инновационный процесс в профессиональной деятельности» [5]. Наконец, для привлечения новых добровольцев из числа людей, которые в настоящее время не являются добровольцами, учебные заведения МЧС должны стремиться увязать добровольчество с возможностями карьерного роста, подчерк-

нуть его инструментальные преимущества и содействовать работе с общественностью тех, кто занимается добровольчеством в университетских клубах и обществах.

Волонтерство, таким образом, может сыграть важную роль в развитии карьеры студентов и их интеграции в сообщества вне университета. Тем не менее, очевидно, что без адекватной поддержки, управления и возможностей для развития волонтерства в более широком социальном контексте студенческое добровольчество не сможет реализовать многие из потенциальных преимуществ, которые ему часто приписывают.

Литература

1. Adolescents and the Social contract: Developmental Roots of Citizenship in Seven Countries / C. Flanagan and others // Community service and civic engagement in youth: International perspectives ; ed.: M. Yates, J. Youniss. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1999. P. 135-155. – Текст : непосредственный.
2. Число волонтеров в России утроилось за пять лет. ПМЭФ-2019 [сайт]. 8 июня 2019. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6529522> (дата обращения: 06.06.2020). – Текст : электронный.
3. *Finlay, J.* Possible futures: Changes, volunteering and the not-for-profit sector in Australia / J. Finlay, M. Murray. Melbourne: The Smith Family, 2005.
4. Volunteering in Australia. Changing patterns in voluntary work 1995-2006. URL: https://www.dss.gov.au/sites/default/files/documents/05_2012/volunteering_in_australia.pdf (дата обращения: 06.06.2020). – Текст : электронный. –
5. *Правдов, М. А.* Студенческие волонтерские организации в системе ГПС МЧС России / М. А. Правдов и др. – Текст : электронный // Russian Journal of Education and Psychology. 2013. – №1 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskie-volontyorskije-organizatsii-v-sisteme-gps-mchs-rossii> (дата обращения: 06.06.2020).

*А. Н. Руссу
Ф. В. Карлюга*

ТЕСТИРОВАНИЕ В ОБУЧЕНИИ ГРАММАТИКЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА ИНСТРУМЕНТАМИ LMS MOODLE

В статье рассматриваются возможности платформы Moodle при создании тестов, которые применяются в рамках дистанционного курса по грамматике немецкого языка (раздел «Der Konjunktiv») в высшей школе. Авторы анализируют факторы, определяющие структуру тестов, выбор тестовых заданий и настройку тестирования, описывают особенности создания и настройки электронных тестов при работе с грамматическим материалом.

Ключевые слова: тестирование, тест, тестовое задание, LMS Moodle, дистанционный курс, грамматика немецкого языка, конъюнктив

*Anna N. Russu
Felicia V. Carliuga*

TESTING IN GERMAN GRAMMAR TRAINING WITH LMS MOODLE TOOLS

The Moodle platform 's capabilities in creating tests that applying as part of a distance course in German grammar (section "Der Konjunktiv") at the graduate school are examined in this paper . The authors analyze the factors that determine the structure of tests, the selection of test tasks and the configuration of testing, describe the peculiarities of creating and configuring of electronic tests when working with grammar.

Keywords: testing, test, test task, LMS Moodle, educational distance course, grammar of German, conjunctive mood

Грамматические навыки являются значимым компонентом речевых умений говорения, аудирования, чтения и письма на иностранном языке. Формирование прочных грамматических навыков на иностранном языке возможно лишь при условии многократной тренировки и постоянного повторения теоретиче-

ского и практического материала по грамматике. В этом случае большую роль играет включение в образовательный процесс информационно-коммуникационных технологий, которые позволяют автоматизировать процесс тренировки, выбирать удобный режим и время работы, при условии гибкой настройки персонали-

зировать обучение, оптимизировать контроль достижения учебных результатов, а также способствуют формированию и совершенствованию навыков самодисциплины и самоконтроля, ответственного отношения к учебной деятельности. А как показывает ситуация с вынужденным дистанционным образованием из-за коронавирусной инфекции *COVID-19*, информационно-коммуникационные технологии становятся единственной возможностью организации и управления обучением, что обуславливает необходимость преподавателям осваивать целый комплекс информационных, дизайнерских, психолого-педагогических и иных компетенций, чтобы спроектировать и организовать эффективное дистанционное обучение.

В данной статье представлены наработки по применению тестирования инструментами *LMS Moodle* в рамках созданного авторами университетского дистанционного курса по грамматике немецкого языка, раздел «Конъюнктив» («*Der Konjunktiv*»).

Конъюнктив в немецком языке является довольно сложной грамматической темой. Трудности, возникающие при изучении данной темы, связаны с расхождением между согласительным наклонением в русском языке и немецким конъюнктивом. Восемь временных форм конъюнктива и их двойственный (модально-временной) характер вызывают большие трудности при употреблении конъюнктива русскоязычными обучающимися. По этой причине освоение данной темы требует значительных временных и умственных издержек, но за счет четкого структурирования сфер употребле-

ния конъюнктива в соответствии с его модальными и временными значениями и достаточно жесткой структуры предложений, в которых употребляется конъюнктив, этот материал оптимально подходит для тренировки и контроля при помощи инструментов электронного тестирования.

Теоретико-практический дистанционный курс «*Der Konjunktiv*» размещен на образовательной платформе *Moodle* Приднестровского государственного университета им. Т. Г. Шевченко. Система *Moodle* – это свободно распространяемая система управления обучением, которая предполагает не только создание учебного контента, но и интерактивное взаимодействие между преподавателем и обучающимся [4].

Первоначально планировавшийся в основном для поддержки самостоятельной работы дистанционный курс был в сложившейся ситуации исключительно удаленного обучения в связи с распространением коронавирусной инфекции срочно переориентирован и, по сути, позволил организовать согласованный и контролируемый учебный процесс по дисциплине. Курс построен со строгой дозировкой теоретических и практических шагов обучения. Материалы курса были обработаны с учетом методических, языковых и эргономических требований, чтобы предупредить возможные трудности в понимании материалов без непосредственного постоянного участия преподавателя и обеспечить освоение знаний с учетом сложностей восприятия информации в электронной среде и в удобном для студента ритме.

Структура дистанционного курса включает три основных части:

1) теоретическую часть – систематизированный и строго дозированный учебный текст на немецком языке, содержащий учебную информацию, распределенную по темам и структурированную по единой схеме: план каждой темы, ключевые слова, собственно текст с теоретическими сведениями, список новых слов с переводом на русский язык и вопросы для самоконтроля усвоения теоретических положений;

2) тренировочную часть – упражнения и обучающие тесты;

3) диагностическую часть – контролирующие вопросы для проверки или самопроверки, тесты.

Образовательный контент курса содержит не только оригинальные авторские разработки, но и с целью дополнительного информирования и тренировки размещенные ссылки на внешние ресурсы и дополнительные электронные материалы. Степень усвоения учебного материала определяется результатами текущего и итогового контроля. Каждая тема заканчивается тестированием. Система *Moodle* имеет обширный инструментарий для создания и настройки тестов [2], выбор которых определяется рядом факторов.

Перечислим основные **факторы**, которыми мы руководствовались при создании и настройке тестов по указанному модулю:

1) факторы, обусловленные собственно учебным материалом: комплексность конкретного изучаемого явления, иными словами, необходимость проработки каждого из его свойств в соответствии с образовательными задачами; назначение

теста – тренировка и обучение, повторение, контроль; тип проверяемого в тесте знания – декларативное знание (набор теоретических сведений) или процедурное знание (в нашем случае – умение реализовать конкретное грамматическое явление в речи);

2) факторы, обусловленные средой, в которой выполняются тесты: фактор фрагментарности и наличия помех при работе в электронной среде; типы электронных устройств, на которых возможна комфортная работа с тестом – только ли компьютер (ноутбук, планшет) удобен для работы или также подойдет смартфон (особенно с учетом представления теста на странице, а также параметров языковых настроек устройства и наличия в немецкой письменности несколько специфических символов-графем).

К каждой теме предлагается четыре-пять тренировочных тестов. Каждый тест содержит от 5 до 12 тестовых заданий, в итоге, по каждой теме предусмотрено выполнение примерно 25-40 тренировочных тестовых заданий. Данная дробная структура тестов и небольшое количество заданий в рамках одного теста обусловлены рядом причин.

Во-первых, мы учитываем фрагментарность работы в электронной среде и неизбежность отвлекающих факторов. Вероятность, что обучающийся сконцентрируется и обратит внимание на свои ошибки и на верные ответы в случае сомнения, а также вернется и повторит попытку в случае дробного представления тестов, намного выше, чем в ситуации, когда приходится проходить длительный по времени

тест. Кроме того, психологически желание выполнить до конца небольшой по размеру тест у не самых мотивированных к учебе студентов появляется быстрее. Выделить небольшой промежуток времени для выполнения короткого задания проще, особенно с учетом того, что задания могут выполняться и при помощи мобильного интернета. Нестабильность интернет-соединения также, по мнению авторов, может быть фактором в пользу коротких тестов.

Вторая причина распределения тестовых заданий на несколько отдельных тестов объясняется образовательными задачами по каждой теме. Первый, а в некоторых случаях и второй тест, относится к теоретической части курса и включает задания по проверке декларативных знаний: например, терминологии, правил образования и употребления форм конъюнктива, знаний временных и модальных значений конъюнктива. Среди тестовых заданий есть и вопросы аналитического характера, проверяющие умение определить на конкретных примерах значения форм конъюнктива. Остальные тесты ориентированы на процедурные знания и включают разнообразные практические задания по образованию форм конъюнктива, подбору подходящей формы конъюнктива, определения правильной структуры предложения и верного порядка слов в предложениях разного структурного типа с конъюнктивом, выбору правильного варианта перевода предложения с конъюнктивом и т. д.

Отметим, что дробное представление теоретической и трениро-

вочной части курса (фрагментарность), краткость, относительная автономность фрагмента учебного текста, целенаправленная тренировка отдельных навыков и умений навыка следуют принципам квантования учебной информации [1; 5] и микрообучения [3]. Кроме того, обратим внимание на языковые особенности тестовых вопросов и заданий: тесты содержат недлинные предложения с лаконичными формулировками, в которых, по возможности, используется достаточно простая лексика. В этом случае основное внимание привлекается на тренируемое грамматическое явление и устраняется вербальный шум, который и без того осложняет работу в виртуальной среде, а в ситуации отработки сложной темы с высокой степенью абстрактности на иностранном языке он является недопустимым.

Опишем далее работу с инструментами создания тестов системы *Moodle* при практической реализации дистанционного курса. Система *Moodle* ориентируется на преподавателей, которые без знаний в области программирования и администрирования баз данных и веб-сайтов могут самостоятельно при поддержке справочной системы создать электронный курс и управлять им.

Электронное тестирование качественно отличается от тестирования на бумаге благодаря возможности мгновенной автоматической проверки и оценке заданий (с закрытым ответом), а также автоматическому статистическому анализу теста и его элементов.

Инструменты создания тестов *Moodle* включают возможность создавать следующие типы вопросов:

- Верно/Неверно.
- Вложенные ответы.
- Вычисляемый.
- Краткий ответ.
- Множественный выбор.
- На соответствие.
- Перетаскивание в текст.
- Перетаскивание маркеров.
- Перетаскивание на изображение.
- Случайный вопрос на соответствие.
- Числовой ответ.
- Эссе.
- Описание [6].

При создании тестов по разделу «*Der Konjunktiv*» мы остановились в основном на вопросах, которые не требуют самостоятельного ввода текста, а предлагают выбрать одно или несколько решений. Причин отказа от вопросов открытого типа в нашем случае несколько – при самостоятельном вводе обучающимся текста на немецком языке возможны ошибки не только из-за незнания конкретного грамматического материала, но и из-за проблем с правописанием, ошибки вследствие опечаток, недостаточной настройки языковых параметров устройства, с которого работает студент. Кроме того, особенности употребления конъюнктива в немецком языке предполагают возможности применения несколько разных форм в одной и той же ситуации; данная грамматическая синонимия затруднила бы создание тестового задания, потребовав от разработчиков теста временных издержек для введения всех возможных правильных вариантов ответа, что на первичном этапе внедрения дистанционного курса нам пока представляется неце-

лесообразным, но вполне подлежит дальнейшему усовершенствованию.

Определенный игровой потенциал и возможности для развития аналитических грамматических навыков, связанных с умением видеть частное в общем, мы видим в типе вопросов, построенных на перетаскивании ответов, однако качественная разработка данного типа задания также требует временных затрат. Задания, базирующиеся на перетаскивании ответов, позволяют представить развернутые ситуации с тренируемыми явлениями в виде целых текстов; этим можно воспользоваться в целях индивидуализации обучения и составить задания повышенной сложности для продвинутых обучающихся.

Если же перед разработчиком стоит задача в краткие сроки создать работающие и применимые для всех ситуаций и технических условий тесты, то самые распространенные типы тестовых вопросов, которые не вызовут трудностей ни при разработке, ни при их прохождении – это задания типа «Множественный выбор» и «На соответствие».

«Множественный выбор» – это наиболее популярный тип вопроса, который используется в тестах, и разработанный авторами статьи курс не стал исключением. Обучающиеся получают несколько вариантов ответа, из которых один или несколько могут быть верными (*ил. 1*). Соответственно, ответ может быть верным, частично верным и неверным. Количество вариантов ответа настраивается создателем теста, в нашем курсе мы предлагали от трех до пяти вариантов в зависимости от сложности изучаемого явления и

возможности формулирования заведомо не абсурдных вариантов ответа. Включение параметра «Случайный порядок ответов» будет рас-

полагать правильный ответ на случайной новой позиции при каждой следующей попытке прохождения теста.

Б1.В.ОД.22 практическая грамматика

Вопрос 1
Пока нет ответа
Балл: 1,00
Отметить вопрос
Редактировать вопрос

Bilden Sie den irrealen Konsekutivsatz.

In diesem Zimmer ist es so kalt, ...

Выберите один ответ:

- a.
dass ich mir nicht getrauen könnte, meine Jacke abzulegen.
- b.
als dass ich mir getrauen könnte, meine Jacke abzulegen.
- c.
dass ich mir nicht getraue, meine Jacke abzulegen.

Ил. 1. Фрагмент теста. Вопрос в закрытой форме, задание «Множественный выбор»

Обратим внимание на тип вопроса «Верно/Неверно», являющегося разновидностью задания на множественный выбор. Поскольку данный тип задания предполагает выбор всего из двух вариантов ответа, то, с нашей точки зрения, такое задание имеет хороший тренировочный эффект при освоении теоретических положений, поскольку с его

помощью обучающегося можно, по сути, заставить многократно прочитывать правила, и в итоге добиться их запоминания. Но с контролирующей целью данный тип вопроса мы не используем.

Вопрос типа «На соответствие» предлагает выбрать нужный ответ из выпадающего меню (ил. 2).

Вопрос 1
Пока нет ответа
Балл: 1,00
Отметить вопрос
Редактировать вопрос

Unter welcher Bedingung würden Sie das machen?
Verbinden Sie die Sätze richtig.

Ich würde Kräutertee trinken,

Ich nähme ein Pflaster,

Ich ginge ins Krankenhaus,

Ich würde zum Arzt gehen,

Ich würde zum Zahnarzt gehen,

Ich bliebe zu Hause,

Выберите...
Выберите...
wenn ich Karies hätte.
wenn ich eine Erkältung hätte.
wenn ich mir ein Bein gebrochen hätte.
wenn ich nervös wäre.
wenn ich Grippe hätte.
wenn ich mich geschnitten hätte.

Ил. 2. Фрагмент теста. Вопрос в закрытой форме, задание «На соответствие»

Отметим преимущества гибкой настройки тестов, которые позволяют использовать тесты как обучающие (за счет подсказок и комментариев к вариантам ответов, снятия ограничений по количеству попыток и времени прохождения) и как контролирующие, с ограничением времени и количеством попыток ответов. Так, в системе заложены возможности настроить дату и время начала и окончания тестирования, установить по необходимости ограничение времени прохождения тестов и заложить возможность дополнительного времени.

В зависимости от потребностей настраиваются и инструменты оценивания: можно назначать определенное количество баллов за каждое тестовое задание и за весь тест, определять проходной балл – минимальную оценку, необходимую для сдачи. Если разрешены несколько попыток прохождения теста, то для расчета итоговой оценки можно вы-

брать из 4 вариантов оценивания: лучшая оценка из всех попыток, средняя оценка из всех попыток, оценка только за первую попытку, оценка только за последнюю попытку.

Настраивается и представление тестового задания на странице. На одной странице можно разместить как одно тестовое задание, так и несколько. Настройка представления тестовых заданий обусловлена не только объемом задания, здесь нужно учитывать и иные факторы: во-первых, при условии работы со смартфоном лучше, если на страничке будет одно тестовое задание, максимум два; во-вторых, хочет ли автор курса, чтобы обучающийся мог просматривать соседние вопросы и, по необходимости ориентироваться на информацию в них, или следует исключить данную возможность. Так, на контрольном тестировании по результатам всего курса на одной странице в нашей разработке пред-

лагается только одно тестовое задание, в этом случае обучающийся не может посмотреть на грамматическое явление на примере остальных тестовых вопросов. Однако размещение несколько тестовых заданий на одной странице с тренировочной целью позволит развить аналитические навыки, наблюдательность, повторить и лучше понять материал. Наконец, тестовые задания разного типа с целью логической упорядоченности лучше размещать на отдельных страницах.

Отметим также возможность формирования тестов как из новых вопросов, так и путем комбинации вопросов из уже созданных и размещенных в банке вопросов. За счет данной опции можно в считанные минуты создавать новые тесты с разной целью: тренировки, повторения, текущего контроля и контроля по всему модулю / курсу.

Результаты тестов хранятся в цифровом формате, что позволяет преподавателю сделать анализ, отследить прогресс студента. Процесс тестирования практически полностью автоматизирован, однако в системе заложен тип тестового задания

«Эссе», которое предполагает ввод текста обучающимся, в этом случае ответ оценивается преподавателем вручную. После завершения теста и студент, и преподаватель видят результат, что позволяет преподавателю оценить степень усвоения материала как отдельным студентом, так и всей группой / курсом в целом. Режим просмотра также можно подвергнуть гибкой настройке: во время попытки; сразу после попытки; позже, но пока тест открыт либо только после закрытия теста.

Тестирование в системе *Moodle* удобно как для студентов, так и для преподавателей. Система *Moodle* позволяет отслеживать регулярность и время работы на портале участников курса, оценивать и сохранять результаты их работы, проводить контрольные мероприятия. Инструменты платформы достаточно разнообразны и позволяют гибко наладить дистанционный курс под образовательные задачи и нужды обучающихся, корректировать его, пополняя дальнейшими собственными разработками и интегрируя внешние ресурсы.

Литература

1. Аванесов, В. С. Квантование учебных текстов: цель, правила, приёмы / В. С. Аванесов. – Текст : непосредственный // Школьные технологии. – 2014. – № 5. – С. 149-158.
2. Будникова, И.К. Компьютерное тестирование в системе Moodle / И. К. Будникова, Е. В. Приймак. – Текст : непосредственный // Вестник технологического университета. – 2016. – Т. 19, № 10. – С. 106–108.
3. Голицына, И. Н. Преподавание и учение в современных образовательных технологиях / И. Н. Голицына. – Текст : непосредственный // Школьные технологии. – 2018. – №2. – С.20-25.
4. Иванова, П. О. Позитивные и негативные стороны использования LMS Moodle в учебном процессе / П. О. Иванова – Текст : непосредственный //

Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2015. – № 2 (220). – С.159-165.

5. *Рыбанов, А. А.* Процедура квантования как основа повышения качества учебного материала / А. А. Рыбанов. – Текст : непосредственный // Образовательные технологии. – 2014. – №3. – С.117-120.

6. *Смирнова, Ж. В.* Обучающая среда Moodle в организации тестового контроля знаний / Ж. В. Смирнова, М. В. Мухина. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – № 2.– URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=26269> (дата обращения: 25.06.2020).

УДК 379.852

*В. Бухонина
Л. В. Семенова*

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ВЫБОРА ТУРА

Статья посвящена изучению психологических критериев, влияющих на выбор тура при планировании путешествия. Автором был проведен опрос среди жителей Калининградской области с целью определения их предпочтений в организации отдыха. Необходимо понимать, какие критерии оказывают влияние на поведенческие инициативы туриста при планировании путешествия и выборе тура, для создания качественного обслуживания и реализации туристических продуктов.

Ключевые слова: путешествие, выездной туризм, выбор тура, маркетинговое исследование, опрос

*Varvara Bukhonina
Liudmila V. Semenova*

PSYCHOLOGICAL CRITERIA OF TOUR CHOICE

Annotation: *The article is devoted to the study of psychological criteria that affect the choice of tour when planning a trip. A survey was conducted among residents of the Kaliningrad region in order to determine their preferences in organizing leisure. It is necessary to understand what criteria influence the tourist's behavioral initiatives when planning a trip and choosing a tour in order to create high-quality services and sales of tourism products.*

Key words: *travel, outbound tourism, tour selection, marketing research, survey*

В XXI веке туризм – одно из ведущих направлений политической, социально-экономической и культурной деятельности. В нем сочетаются такие важные функции, как оздоровление, восстановление жизненных сил человека, удовлетворение и развитие познавательных интересов.

Выбор места, вид туризма и характер деятельности во время от-

дыха определяется мотивацией, которая лежит в основе планирования туристской поездки. Туристская мотивация является той необходимой основой, на которой должна строиться эффективная система планирования, разработки и реализации туристского продукта. Это даст возможность производить и предлагать на рынок тот туристский продукт, который в наибольшей степени со-

ответствует потребительским ожиданиям. Туристская мотивация может быть определена как побуждения человека, направленные на удовлетворение рекреационных потребностей, в зависимости от его индивидуальных физиологических и психологических особенностей, системы взглядов, ценностей, склонностей, образования [3].

Прежде, чем принять решение о выборе путешествия, возникает вопрос, который концентрируется вокруг выбора места туристского назначения. В психологии самоактуализации А. Маслоу, выбор – это необходимый элемент здорового развития личности. Человек пребывает в состоянии выбора в каждый момент жизни; выстраивая рейтинг своих потребностей, он решает, какие и в каком объеме должны быть удовлетворены в первую очередь.

Определившись с потребностями, личность выбирает поведение, которое будет удовлетворять запрос [1].

В системе рыночной экономики направление деятельности в современной среднестатистической туристической фирме определяет потребитель, который приобретает туристический продукт по своему усмотрению, тем самым указывая направление продаж менеджерам фирмы. Для этого необходимо понимать, какими критериями обусловлен выбор тура.

Для определения ведущих критериев, влияющих на выбор клиента, было проведено исследование посредством анкетирования потенциальных потребителей туристских услуг. В нем приняли участие 53 респондента (25 мужчин и 27 женщин). Частота путешествий респондентов представлена на *рис. 1*.

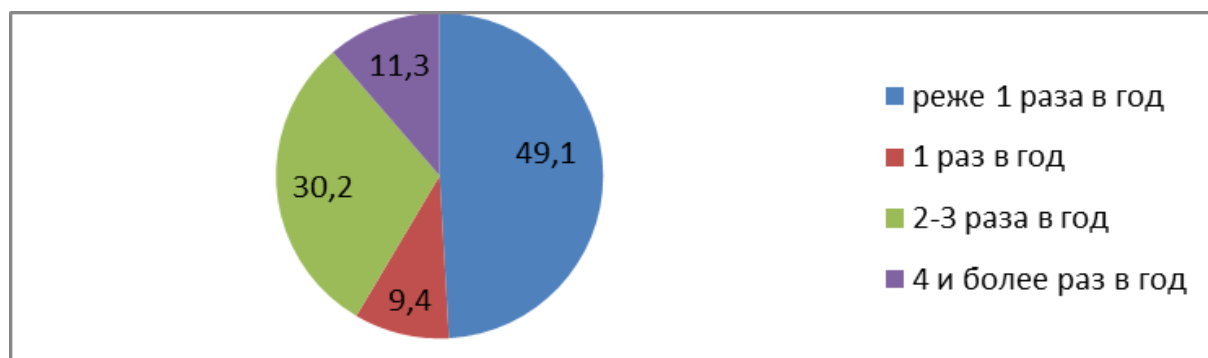


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос о частоте путешествий

Важнейшими факторами при выборе тура выступают такие критерии, как время, продолжительность и направление. Эти критерии имеют значительное влияние на поведенче-

ские инициативы туриста при выборе тура и планировании путешествия. В результате проведенного опроса были получены следующие результаты о выборе тура (*рис. 2*).

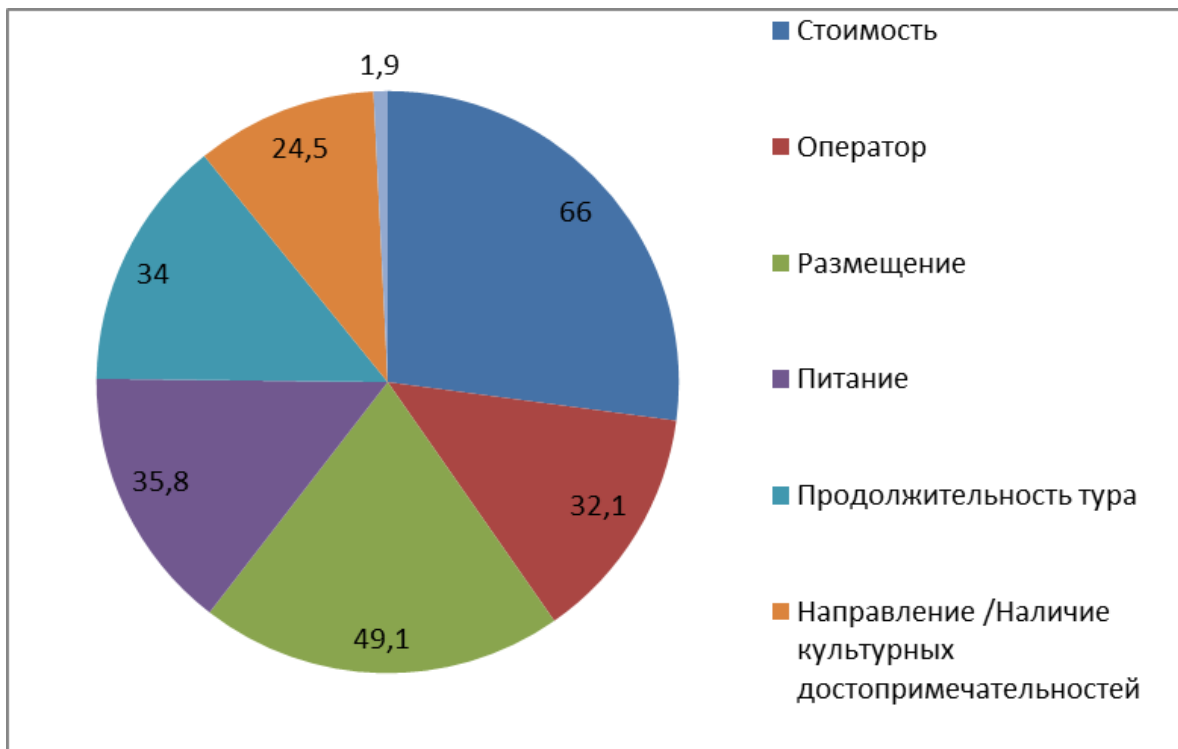


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос о первоочередных критериях при выборе тура

По результатам опроса выяснилось, что в первую очередь респонденты обращают внимание на такие критерии как стоимость, размещение и питание.

Процесс покупки туристского продукта начинается еще до совершения процесса купли-продажи. Чаще всего это осознанный процесс, в ходе которого потребитель руководствуется рядом определенных факторов.

У потребителя существуют определенные приоритетные критерии при выборе туристской фирмы. Приоритетные критерии, влияющие на оформление тура с помощью туристских фирм, представлены на рис. 3.

На рис. 3 видно, что приоритетным критерием является информа-

ция, полученная от менеджера туристической фирмы, что свидетельствует о том, что ожидания формируются на основе информации, получаемой от сотрудников туристских предприятий. Неудовлетворенность потребителя возникает при наличии разрыва между ожидаемыми и действительными свойствами туристического продукта. Соответствие ожиданиям дает потребителю удовлетворенность выбором, превышение ожиданий – большую удовлетворенность, несоответствие ожиданиям может обернуться разочарованием в выборе. Удовлетворенность или неудовлетворенность туристическим продуктом отражается на последующем поведении потребителя и его туристских мотивациях.

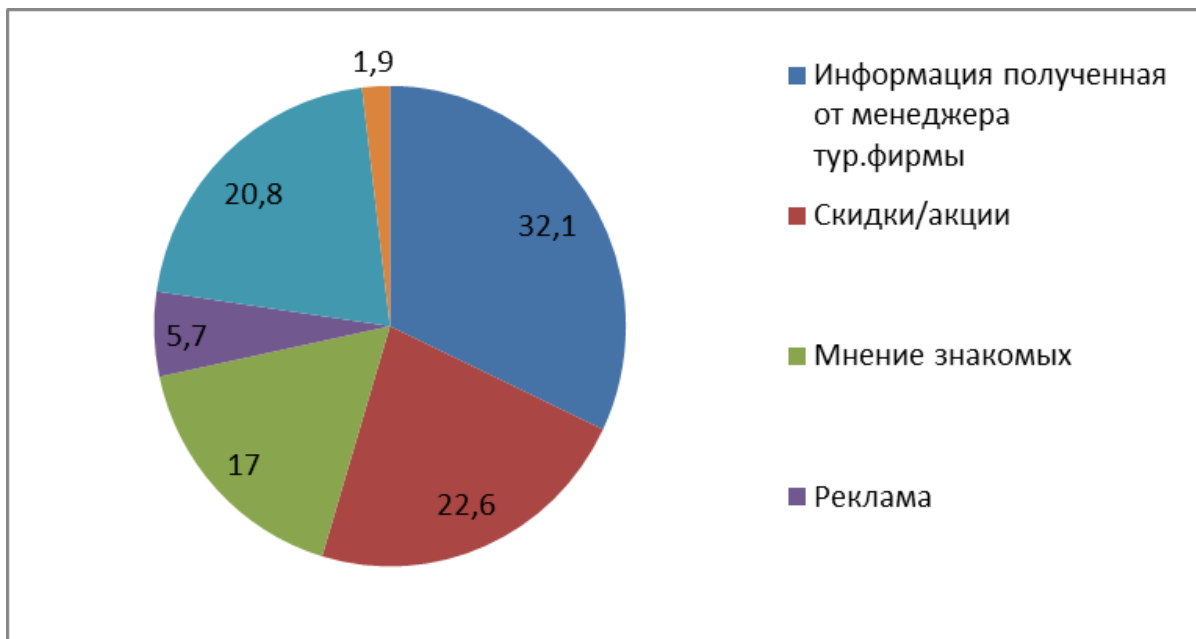


Рис. 3. Распределение ответов респондентов на вопрос о приоритетных критериях, влияющих на решение при выборе тура с помощью туристских фирм

Ответы на вопрос анкеты о предпочтении вида отдыха распределились следующим образом: 62,3 % предпочитают культурно-познавательный туризм, 39,6 % –

экстремально-спортивный, 37,7 % – пляжный, 26,4 % – экскурсионный и 22,6 % – лечебно-оздоровительный (рис. 4).

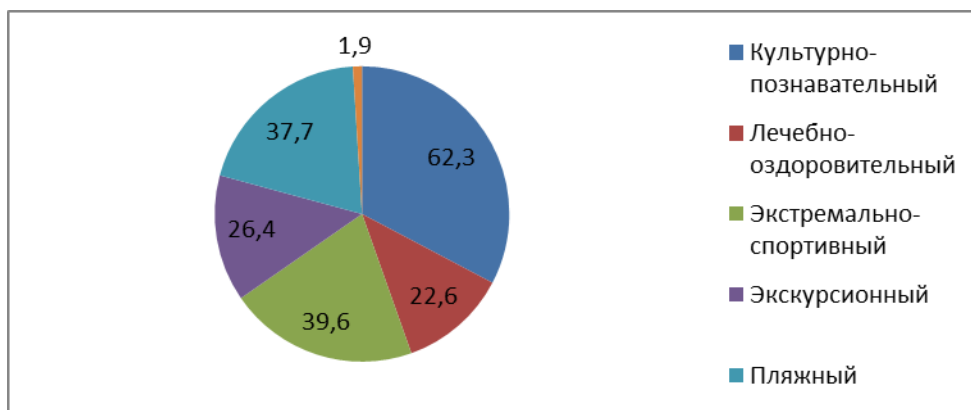


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтении вида отдыха

В отношении предпочтений видов транспорта в процессе анкетирования было выявлено, что 84,9 % опрошиваемых респондентов предпочитают авиаперелет, 30,2 % – же-

лезнодорожное сообщение, 22,6 % – автомобильный транспорт, 15,1 % – морской транспорт и 11,3 % – автобусные туры (рис 5).

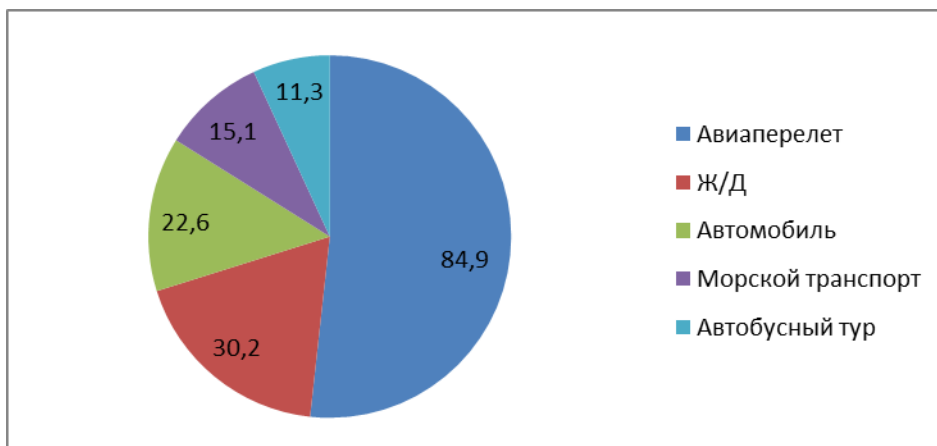


Рис. 5. Распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтении способа передвижения

Существует ряд факторов, из-за которых люди либо не путешествуют, либо делают это чрезвычайно редко. Эти факторы можно назвать барьерами к путешествию [4]. Интерпретируя результаты проведенного опроса, авторы выделили сле-

дующие барьеры к путешествию: для 50,9 % респондентов барьером является стоимость тура, 38,5 % беспокоятся о надежности выбранного тура и 36,6 % о качестве предоставляемых услуг (рис. 6).

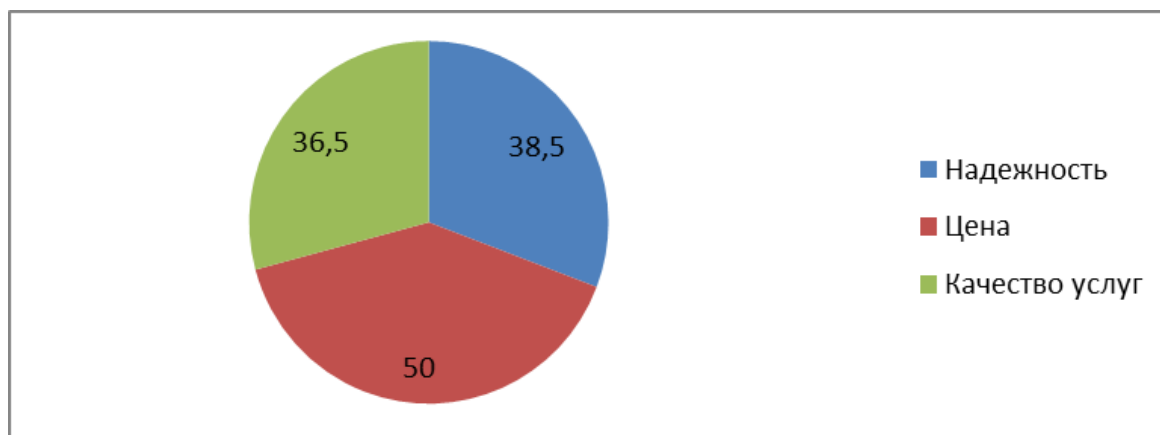


Рис. 6. Распределение ответов респондентов на вопрос о трудностях, испытываемых при выборе тура

Таким образом, соотношение стоимости и качества предоставляемых услуг, включающих питание, размещение, а также информация,

полученная от менеджера туристической фирмы, являются теми критериями, которые в первую очередь влияют на решение при выборе тура.

Литература

1. *Маслоу, А.* Психология бытия/ Абрахам Маслоу; пер. с англ. О. О. Чистяков. – Москва, Киев: Рефл-бук, Ваклер, 1997. – 304 с. – (Актуальная психология). – ISBN 5-87983-027-6. ISBN 5-87983-048-9. ISBN 966-543-110-2. – Текст: непосредственный.
2. *Юнг, К. Г.* Психологические типы / Карл Густав Юнг ; пер. с нем. С. Лорие, В. Зеленского ; предисл. В. Зеленского. – Москва : Академический проект, 2019. – 538 с. – (Психологические технологии). – ISBN 978-5-8291-2327-7. – Текст: непосредственный.
3. *Чудновский, А. Д.* Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебн. пособие для студентов по направлению "Менеджмент" / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – Москва : Федер. агентство по туризму, 2014. – 290 с. : табл. – (Бакалавриат) (Учебное пособие). – ISBN 978-5-4365-0139-0. – Текст: непосредственный.
4. *Квартальнов, В. А.* Туризм : учебное пособие / В. А. Квартальнов. – 2-е изд. – Москва : Финансы и статистика, 2014. – 336 с. – ISBN 5-279-03119-4. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/69175> (дата обращения: 13.06.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

ТРАНСФОРМАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ КАК ТРЕНД РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЕЛНЕС-УСЛУГ

Туристов сегодня все больше привлекают «трансформирующие путешествия» – путешествия как форма самореализации, личностного преобразования и роста. Это открывает новые возможности для рынка велнес-услуг. На рынок выходят концептуальные велнес-курорты и велнес-отели с ориентацией на комплексный подход к здоровому образу жизни, готовые обеспечить туристов опытом трансформации. Учитывая эту тенденцию, был проанализирован опыт велнес-дестинаций, которые преуспели, предоставляя путешественникам возможность обогатить свою внутреннюю жизнь, исследуя окружающий мир и взаимодействуя с природой и другими культурами.

Ключевые слова: трансформационный туризм, велнес-туризм, трансформирующее путешествие, курорт

Oksana V. Koroleva

TRANSFORMATIONAL TOURISM AS WELLNESS MARKET TREND

Travelers today are increasingly drawn to travel as a form of self-actualization and personal transformation and growth – «transforming travel». This opens up new opportunities for the wellness market. Conceptual wellness resorts and wellness hotels with an integrated approach to a healthy lifestyle are entering the market, ready to provide tourists with a transformational experience. Given this trend, we analyzed the experience of wellness destinations, which have succeeded, providing travelers with the opportunity to enrich their inner lives as they explore the world around them and interacting with nature and other cultures.

Keywords: transformational tourism, wellness tourism, transforming travel, resort

Сфера туризма представляет собой сложное системное образование, смысловым и целевым центром которого является человек. Система туристских отношений есть одновременно и процесс, и результат взаимодействия личных выборов

поведения, личных мотиваций и ограничений [1]. Личностная составляющая доминирует в туристской системе, поэтому все большее внимание уделяется пониманию поведения потребителей туристских услуг. Туристские

компании, желая выиграть в конкурентной борьбе за клиента, стремятся создать уникальное туристское предложение.

В сфере отдыха и путешествий, так же как и в других областях жизнедеятельности человека, активно идет процесс дифференциации и усложнения потребностей. Информационное общество «производит» более опытных, избирательных и требовательных туристов. Последние стремятся к получению более индивидуализированного опыта. По утверждению Г. Шульце, именно интенсивное наполнение своей жизни разного рода переживаниями и впечатлениями является основной жизненной установкой индивида [2, р. 310]. Введенное им в научный оборот еще в начале 90-х гг. XX в. понятие «общество переживаний / впечатлений» позволяло отразить процессы трансформации установок и логики поведения потребителя. Сегодня в экономически развитых странах продолжается процесс глубокой трансформации потребительских установок, связанный с изменением внешней ориентации на внутреннюю. В обществе переживаний человек ориентирован на то, чтобы сделать свою жизнь насыщенной яркими и глубокими эмоциями и впечатлениями, а не на решение функциональных и нефункциональных задач. Например, его перестает интересовать деятельность, направленная на демонстрацию социального статуса и престижа. Туристу недостаточно быть сторонним наблюдателем; он ищет возможности вступить в контакт с местными жителями, которые пре-

вращаются в «проводников» в «другие» культуры. Экономика впечатлений ориентирована на запросы человека, который активно включается в производство турпродукта, в процессе потребления которого формируется персонализированный опыт.

Туристское предложение приспособляется к этим изменениям, и, как следствие, оно становится не просто комплексом услуг, предлагаемых потребителю. Сегодня борьба за лояльность выходит на новый уровень: с освоением новых бизнес-направлений туристскими гигантами, малые игроки начинают предлагать нишевые услуги для узких целевых аудиторий. Обязательным приложением к турпродукту является предложение определенного впечатления, которое призвано обеспечить его уникальность и индивидуальность. Способность турпродукта (услуги) возбудить любопытство, пробудить чувства, удовлетворить жажду познаний определяет его ценность. Полученные во время путешествия переживания, впечатления и эмоции определяют удовлетворенность, лояльность, приверженность, т. е. потребительское отношение посетителя к туристской дестинации. Такие эмпирические путешествия становятся трендом в развитии международного туристского рынка с 2016 года.

Понятие «тренд» принято трактовать как реакцию потребителей на социальный вызов, приводящую к изменению культурного контекста. Сегодня потребительское поведение эволюционирует настолько стремительно, что стало возможным говорить еще об одном тренде на рынке международного туризма. В отчете

международной исследовательской и консалтинговой организации «*Global Wellness Institute*», представленном на Всемирном саммите по развитию индустрии спа и велнеса (*Global Wellness Summit*), отмечается главная тенденция – смена потребительских приоритетов с «туризма впечатлений» (*experiential tourism*) на «трансформационный туризм» (*transformational tourism*) [3]. В отчете говорится, что если раньше турист отправлялся в путь за впечатлениями и красивыми кадрами, то теперь этого уже становится мало, и ему хочется совместить приятное с полезным, будь то приобретение новых навыков, физическое или духовное совершенствование. Термин «трансформационный туризм» был популяризирован Советом по трансформирующим путешествиям. Эта организация была создана в 2016 году Джейком Хаупертом и Майклом Беннеттом, владельцами туристических компаний, которые выбрали целью своей профессиональной деятельности помогать другим людям изменять свою жизнь посредством путешествий.

В странах Западной Европы и США люди все чаще стали проявлять интерес к путешествиям как к форме самоактуализации, личностной трансформации и роста. Они хотят большего, чем просто посетить новую дестинацию или провести несколько дней, отдыхая на курорте. Вместо этого они ищут путешествия, которые погружают их в более глубокие переживания, формирующие опыт, способный изменить их внутренний мир и взгляды на жизнь. Причем сами путешественники могут даже не осознавать этого.

Трансформационный туризм имеет определенное сходство с туризмом впечатлений, но находится на ступень выше. Трансформационный туризм – это путешествия, определяемые желанием изменить жизненные взгляды, направленные на саморефлексию и саморазвитие, а также на более глубокое общение (погружение) с природой и культурой. По словам генерального директора «*Butterfield & Robinson*» Норман Хоу, в «трансформационном путешествии мыслимые зоны комфорта нарушаются, туристы выходят за пределы своих установок и находят в себе мужество и силу для преодоления трудностей – физических, психологических или эмоциональных» [4].

Сегмент премиального отдыха в наибольшей степени претерпел подобную трансформацию, связанную, в первую очередь, с запросами более искушенных и требовательных покупателей. Хотя «заказные» впечатления и эмоции все еще имеют значение для путешественников, однако приоритетными становятся самореализация и самосовершенствование, которые достигаются в процессе приобретения социокультурного опыта. Эта тенденция берет начало в секторе приключенческого туризма и распространяется, преимущественно, на премиальный сегмент рынка путешествий. Но подобно эмпирическим путешествиям, которые сегодня широко доступны путешественникам за пределами *luxury*-сегмента, трансформационные туры со временем также станут доступными потребителям с различными социальными статусами и финансовыми возможностями.

Учитывая эту тенденцию, компании, работающие в сфере туризма, могут преуспеть, предоставляя путешественнику бесценный опыт погружения в собственный внутренний мир: познать себя, исцелить душу, открыть в себе сокровенное. Так, компания «*Skift*» определила трансформационные путешествия как один из мегатрендов своей деятельности на 2018 год и назвала самореализацию личности «новой наивысшей роскошью». «*Skift*» определяет трансформирующее путешествие как любое путешествие, которое предоставляет людям возможность вносить значимые и устойчивые изменения в свою жизнь. Опрос, проведенный «*Skift*» в 2017 году, выявил быстрорастущий спрос на такие туры. Было опрошено 1350 путешественников, 54 % которых оценили важность трансформирующих путешествий на 7 баллов из 10 или выше, 52 % сказали, что они придают все большее значение этому виду путешествий. В опросе, проведенном компанией в 2018 году, акцент был сделан на том, как путешественники распознают опыт трансформации. Было выявлено, что у 32 % из 500 респондентов во время путешествий был сформирован опыт, который изменил их в лучшую сторону, в то время как еще 24 % туристов не получили такого опыта, но желали бы иметь [5].

В настоящее время эксперты в сфере туризма утверждают, что «трансформирующие путешествия» – это новая эволюционная волна, которая «захлестнула» различные сегменты международного туристского рынка, в особенности рынок велнес-услуг.

Велнес-туризм определяется профессионалами отрасли как путешествие, предпринимаемое человеком с целью улучшения или поддержания своего здоровья, восстановления и развития физических и психоэмоциональных сил, достижения благополучия и удовлетворенности жизнью. Зачастую даже в самых передовых велнес- и спа-центрах оздоровительные процедуры, виды активности и досуговые мероприятия являются разрозненными элементами восстановительной программы, никак не связанными между собой. Однако в докладе «*Global Wellness Trends-2018*» отмечается, что в премиальном сегменте рынка велнес-услуг туристы стали более требовательными и хотят, чтобы велнес-путешествия изменили их жизнь. В докладе также дается прогноз, что в будущем успешными будут велнес-дестинации, которые станут уделять одинаковое внимание как генерированию эмоций и опыта, так и эффективным оздоровительным программам [4].

Сегодня все чаще велнес-дестинации разрабатывают новые концепции, имеющие целью погрузить путешественника в захватывающую историю или определенный нарратив, делая его пребывание на курорте, в некотором смысле, похожим на театральную постановку, «сагу о трансформации» [6].

Так, велнес-курорты, расположенные в природной среде, предлагают посетителям лечение и оздоровление вне стен спа-центров, а занятия фитнесом – за пределами спортзалов. Например, на курорте *Spa Village Resort Tembok* на острове Бали предлагается массаж в «лун-

ной» ванне под звездами. Владелец курорта *Nihiwatu* Крис Берч реализовал концепцию «нового типа роскоши», которая заключается в предоставлении посетителям индивидуальных программ, удовлетворяющих их любопытство, тягу к неизведанному, а также гарантирующих получение неожиданных впечатлений. Этот курорт, расположенный на индонезийском острове Сумбава, дважды признавался лучшим в мире по версии престижного журнала для путешественников «*Travel & Leisure*». Местный спа-салон «*NihiOka Spa Safari*» предлагает посетителям осуществить «настоящее» велнес-путешествие. Рано утром небольшая группа отправляется в 90-минутную прогулку по джунглям и рисовым полям, останавливаясь в традиционной деревне, чтобы встретиться с местными жителями и узнать их ремесла. Здоровый завтрак (а затем и обед) подается под открытым небом в тюках, нависающих над океаном. Затем гостей доставляют к их персональным местам у скалистого побережья, где они могут находиться на частном пляже или в бассейне с неограниченным количеством спа-процедур – будь то длительный массаж, скрабы, рефлексотерапия или уход за лицом. На закате путешественники возвращаются на курорт. Стоимость такого велнес-сафари составляет около 345 долларов на человека, что немногим больше, чем продолжительный массаж в роскошном отеле. Спрос на эту услугу был настолько высок, что в ассортименте предложений появилась новая услуга — ночное спа-сафари [6].

Концептуальный велнес-ком-

плекс «*The Red Mountain Resort*», расположенный на западном полуострове Снэфелнесс, является воплощением современной интерпретации традиционной культуры и жизни Исландии. В архитектуре максимально раскрыта тема взаимодействия с природой, многочисленные витражные окна и задействованные кровли демонстрируют головокружительные пейзажи. Сердцем курорта стал спа-центр, в котором расположены традиционные бани и ледяные бассейны, сауны и лагуны. В каждом помещении прослеживается взаимосвязь с окружающим пространством, а также основной тематикой проекта – мифологией и традициями Исландии. Посетитель спа-центра становится героем исландской средневековой саги о Бардуре Снаефеллсасе, который отказался от мира людей в пользу одиночества и покоя внутри ледника. Посетители совершают мультисенсорное спа-путешествие, ярко переживая пять эмоциональных состояний: созерцание, разоблачение, конфронтация, ясность и просветление. Они проходят испытания аэродинамическими трубами, огненными ваннами, дождевыми завесами, ледяными бассейнами и черными горками. В оригинальной саге каждый раз, когда Бардур испытывал эмоциональные изменения, появлялся туман – точно так же, как это происходит, когда человек входит в новую «эмоциональную зону» в спа-салоне [6].

Велнес-центры, находящиеся в городской среде, также могут «производить» трансформирующий опыт. Например, сеть *luxury*-отелей «*Six Senses Hotels Resorts Spas*»,

ставшая в 2019 году частью семьи гостиничного оператора «*Intercontinental Hotels Group*», сделала ставку на интегрирование концепции велнеса в местную историю и культуру. Так, в Марокко с этой целью восстанавливаются древние касбы (марокканские крепости), которые превращаются в гостиницы. В такой гостинице-касбе гости полностью погружены в марокканскую культуру, от познания бедуйской истории до приобщения к ритуалу хаммама.

Курорт «*Amanyangyun*», расположенный недалеко от центра Шанхая на территории 100 тыс. кв. м, является самым амбициозным проектом сети отелей премиального класса «*Aman*». В течение 15 лет «*Aman*» работал над масштабной программой, в рамках которой из провинции Цзянси был пересажен камфорный лес и реконструирована историческая деревня с особняками династий Мин и Цин. Сегодня эти дома и лес составляют единое целое с курортом. Двенадцать восстановленных домов из провинции Цзянси были преобразованы в изысканные резиденции. Курорт, став памятником истории Цзянси, предлагает гостям уникальный дизайн, безупречное обслуживание, красоту окружающей природы и незабываемый культурный опыт. «*Amanyangyun*» стал духовным местом, где ощущение осознанности, великолепие природы и историческое богатство переплетаются воедино. Духовным центром курорта является культурный павильон «*Nan Shu Fang*». Этот павильон, с мебелью из дерева нанму, характерной для интерьеров

эпохи Мин, воссоздает атмосферу «учебной студии» Китая XVII века: место, где можно изучать, созерцать и практиковать традиционные искусства, такие как каллиграфия, живопись, музыка, или наслаждаться оперным искусством куницей. В детском Центре исследований культуры показывают представления китайского театра кукол и теней, обучают искусству чайных церемоний, а также учат делать китайские фонарики и керамику. Все спа-программы, представленные в «*Aman Spa*», основаны на особых спа-погружениях, сочетающих древние методы исцеления традиционной китайской медицины с использованием современных технологий. В местном ресторане подаются блюда, популярные во времена династий Мин и Цин, которые сочетаются с классической кантонской кухней.

Несмотря на то, что велнес-туризм является относительно новым нишевым сегментом в мировой индустрии путешествий и туризма, за последнее десятилетие темпы его роста на 50 % больше, чем общие показатели отрасли в целом [7]. Это открывает новые возможности для бизнеса: на рынок выходят концептуальные велнес-курорты и велнес-отели с ориентацией на комплексный подход к здоровому образу жизни, готовые обеспечить туристам трансформационный опыт. Новомодный тренд заставил активизироваться и традиционные отели, которые переосмысливают свой спа-опыт как активное (непассивное) приключение в природной и культурной среде.

Литература

1. *Александрова, А. Ю.* Новейшее представление о сфере туризма как системе / А. Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – № 1. – С. 24–38. – Текст: непосредственный.
2. *Bujdosó, Z.* Basis of heritagization and cultural tourism development / Z. Bujdosó and other. – Текст : электронный // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2015. – № 188. – P. 307–315. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161045442.pdf> (дата обращения 05.06. 2020).
3. 2018 Global Wellness Trends – Текст : электронный // Global Wellness Summit. – URL: <https://www.globalwellnesssummit.com/2018-global-wellness-trends/> (дата обращения 10. 06. 2020).
4. *Clausing J.* In wellness, 'transformative' is the new 'experiential' / J. Clausing. – Текст : электронный // Travel Weekly. Feb 01, 2018. – URL: <https://www.travelweekly.com/Luxury-Travel/Insights/Report-In-wellness-transformative-is-the-new-experiential> (дата обращения 12. 06. 2020).
5. Skift Report 2018: The Rise of Transformative Travel. – Текст : электронный. – URL: <http://skiftx.com/wp-content/uploads/2018/04/The-Rise-of-Transformative-Travel.pdf> (дата обращения 08. 06. 2020).
6. Transformative Wellness Travel // Global Wellness Summit. 2018 Global Wellness Trends. – URL: <https://www.globalwellnesssummit.com/2018-global-wellness-trends/transformative-wellness-travel/> (дата обращения 08. 06. 2020) – Текст : электронный.
7. Wellness Tourism to Grow 50 % Faster than Global Tourism by 2017 – Текст : электронный // Hospitality Times. Nov 22, 2013. – URL: <https://www.ehospitalitytimes.com/?p=71725> (дата обращения 01. 06. 2020).

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

Целью данной статьи является обзор рекламных особенностей туристических продуктов для пенсионеров. Автором изучен и обобщен контент официальных сайтов национальных комитетов по туризму ряда стран мира. Особое внимание уделено анализу визуального ряда в рекламе с использованием образов пожилых людей. Затронута проблема недостатка заинтересованности государства и предпринимательского сектора России к потребностям населения в возрасте старше 60 лет.

***Ключевые слова:** реклама, серебряный маркетинг, туризм, геронтомаркетинг, визуальные исследования*

*Vera P. Rukomoinikova
Ekaterina I. Egoshina*

FEATURES OF ADVERTISING TOURIST SERVICES FOR PENSION AGE PERSONS

The purpose of this article is to review the promotional features of travel products for retirees. The author studied and summarized the content of the official websites of the national tourism committees of a number of countries of the world. Special attention is paid to the analysis of visuals in advertising using images of older people. The problem of the lack of interest of the state and the business sector in Russia to the needs of the population over the age of 60 is touched upon.

***Keywords:** advertising, silver marketing, tourism, gerontomarketing, visual research*

Старение населения происходит довольно быстро в развитых странах, в том числе и в России. Ожидается, что в 2031 году в России будет 42,3 миллиона пенсионеров, это почти 30 % от общей численности населения, а дальнейший прогноз показывает, что на 1000 человек трудоспособного возраста будет

приходиться 534 пенсионера [1]. Количество пожилых людей в России уже на сегодняшний день составляет почти четверть населения страны, в связи с чем Координационным советом по туризму при правительстве РФ разработан проект «Туризм для граждан старшего поколения» [2].

Туристский сектор Европы на 25 % заполнен за счет людей старшего возраста. Более того, эту цифру глава Ростуризма приводит в докладе «О развитии туризма для пожилых людей» не от общего числа пенсионеров, а от всего путешествующего европейского населения [3]. По словам главы Ростуризма, именно местные жители пенсионного возраста в таких странах, как Франция и Кипр, считаются самыми активными туристами, за ними по убывающей располагаются пенсионеры Чехии, Греции и Швеции [3]. Следует заметить, что европейские пенсионеры предпочитают отдыхать в своих странах, чаще всего они не выезжают за границу.

В России стимулированием туризма пожилых людей планируют заняться в ближайшее время. С этой целью к 75-летию Победы планировалась разработка специальных туристских предложений, ориентированных на потребности и интересы лиц старшего возраста, однако, в связи с эпидемиологической обстановкой программа вступит в силу позднее.

Как отмечают российские ученые, наблюдается недостаток заинтересованности государства и предпринимательского сектора к потребностям населения в возрасте старше 60 лет [4], в то время как количество публикаций, посвященных «серебряному маркетингу» или «геронто-маркетингу», растет с каждым годом. Так, по данным электронной научной библиотеки *cyberleninka*, количество публикаций по ключевому слову «серебряная экономика» с 2016 по 2017 годы составило 1041,

а с 2018 по 2020 годы – 1478 публикаций.

Рейтинг публикаций по сферам науки, заинтересованным данной тематикой, демонстрирует следующее: экономика и бизнес – 975 публикаций; языкознание и литературоведение – 551 публикаций; философия, этика, религиоведение – 548 публикаций; науки об образовании – 430 публикаций; СМИ (медиа) и массовые коммуникации – 217 публикаций; искусствоведение – 209 публикаций; право – 153 публикации; социологические науки – 146 публикаций; политологические науки – 127 публикаций [5]. Как мы можем заметить, реклама и медиа-исследования находятся только в середине данного рейтинга, на пятом месте.

Публикации на тему «туристские услуги для пожилых людей» ведутся в разделах экономики, бизнеса, здравоохранения, социологических исследований. Так, в статье И. В. Грошева «Туристический бизнес для людей старшего возраста» [6] приводятся данные о степени развития различных видов туризма, указываются причины, тормозящие развитие в РФ, приводятся примеры поддержки сектора туризма для пожилых людей в зарубежных странах. В частности, французская фирма *Carrefour* довольно давно и успешно приспособливает свои туристические продукты для пенсионеров, проводя психологические исследования перед продвижением продукта. И. В. Грошев акцентирует внимание на теме продвижения туристских услуг для пожилых людей в России с учетом их недостаточно

высокого владения современными средствами связи и компьютерами.

В статье Ю. М. Лагусева «Современные тенденции организации туристского обслуживания людей пожилого возраста» [7] приводятся примеры различных экономических моделей участия людей третьего возраста в туристской деятельности в ряде зарубежных стран. Ю. М. Лагусев настаивает на необходимости налаживания сервисных услуг для старшего поколения в России и контроля за данными услугами, на скорейшей разработке Государственного стандарта по оказанию туристских услуг для пожилых людей в РФ. Он отмечает важность культурно-просветительских центров по разработке специализированных программ и проектов для лиц старшего поколения.

В 2017 году авторами М. Ю. Шерешевой, Л. А. Валитовой и С. М. Березка был проведен сравнительный анализ потребительского поведения старшего поколения россиян, проживающих в мегаполисах и малых городах России (в частности, изучались потребности и предпочтения жителей Москвы и городов Владимирской области). М. Ю. Шерешева и её коллеги сделали вывод о том, что востребованность товаров и услуг, позволяющих реализовать запросы данной целевой аудитории, будет оставаться достаточно высокой, а разнообразие стилей жизни внутри возрастных когорт даст возможность значительному числу компаний занять выгодные ниши на пока еще слабо освоенном российском рынке «серебряного возраста» [8, с. 266].

Анализируя особенности туристических продуктов для пенсионеров, Н. Н. Филиппова приводит опыт зарубежных стран по созданию специальных туристских программ и маршрутов для старшего поколения. Она отмечает интересный опыт правительства Майями – введение «авиапаспортов» для пожилых жителей, благодаря которым за тысячу долларов можно совершить в течение года неограниченное количество полетов. Обращаясь к анализу российских проблем, Н. Н. Филиппова выделяет невысокий доход россиян в качестве главной проблемы, тормозящей развитие туризма для российских пенсионеров. Вместе с тем автор делает вывод о том, что в современной России пенсионный туризм обладает огромным потенциалом дальнейшего возможного развития [9].

Е. И. Григорьева в статье «Особенности развития туристических программ для пожилых людей» [10] анализирует психолого-педагогические и социально-культурные особенности разработки программ туристского досуга для пожилых граждан. Е. И. Григорьева отмечает, что пожилые люди, посещающие театры, музеи, концертные и выставочные залы, менее подвержены депрессиям; туризм для лиц пожилого возраста является комплексным средством адаптации, т. к. может включать в себя и общение с природой и животными, и посещение музеев и выставочных залов [10, с. 628]. Поскольку туризм – это двигательная активность, то с его помощью осуществляется терапия и профилактика психосоматических заболе-

ваний, поддержание физической формы и здоровья. Кроме того, Е. И. Григорьева исследует причины, препятствующие совершению туристических поездок пожилыми людьми.

Анализ статей, размещенных на сайте электронной научной библиотеки *cyberleninka*, показал, что на стыке ключевых слов «визуальные исследования», «серебряный возраст» и «реклама туристских услуг» исследований еще не проводилось. Это свидетельствует в пользу новизны и актуальности выбранной нами темы исследования.

Рассматривая проблемы туризма для людей «серебряного» возраста с позиции рекламы и визуальных исследований, мы используем в процессе работы методы контент-анализа, описания, наблюдения, сравнения, обобщения. В качестве объекта исследования были выбраны официальные сайты национальных комитетов по туризму тех стран, которые считаются лидерами по количеству пожилых людей¹. В контексте исследования ставилась задача подсчета количества фотографий с людьми на официальных сайтах национальных комитетов по туризму и дальнейшего выделения доли фото-

графий с пожилыми людьми среди всей совокупности и анализ контекста фотографий пожилых людей. Помимо этого, авторы пытались найти ответ на вопрос: нет ли в рекламе туруслуг проявлений эйджизма. Эйджизм в данном случае понимается как трехкомпонентный феномен, включающий в себя возрастные стереотипы, негативное эмоциональное отношение и отчуждение [12].

В процессе анализа мы разделили сайты официальных туристических порталов 25 стран на четыре группы. В первую группу попали сайты двух стран – Испании и Франции: специальные разделы с туристическими предложениями обнаружены нами только на двух официальных сайтах туристских комитетов Испании (www.spain.info) и Франции (www.francetourism.com). Комитет Испании в разделе «Чем заняться» выделяет группы: старшее поколение, ЛГТБ, взрослые без детей, семьи, молодежь. В этой рубрике старшему поколению предлагается знакомство с традиционными продуктами и ремеслами, путешествие в мир традиционных ремесел. Комитете по туризму Франции в разделе «Идеи для отдыха» выделяет пять групп путешественников: пенсионеры, семейные, одинокие, девушки, парни. Для пенсионеров предлагаются специальные карты, акции и скидки.

Вторая группа стран, в рекламе туруслуг уделяющая внимание визуализации текстов, в том числе с использованием образов пожилых людей, довольно многочисленна. Достаточно подробно на сайтах ряда стран представлены иллюстрации к

¹ Данные ООН за 2019 год; процент пожилых дан в убывающем порядке: Япония 26,3 %, Италия 22,4%, Греция 21,4%, Германия 21,2%, Португалия 20,8%, Финляндия 20,5%, Болгария 20,0%, Швеция 19,9%, Латвия 19,4%, Мальта 19,2%, Франция 19,1%, Дания 19,0%, Хорватия 18,9%, Эстония 18,8%, Литва 18,8%, Испания 18,8%, Австрия 18,8%, Бельгия 18,2%, Нидерланды 18,2%, Чешская Республика 18,1%, Словения 18,0%, Швейцария 18,0%, Венгрия 17,8%, Великобритания 17,8%, Румыния 17,3% [11]. Россия, Беларусь и Украина с долей пожилых в районе 15-16% находятся в более выигрышной, относительно соседей, позиции, но такой показатель достигается не из-за высокой рождаемости, а из-за пониженной доживаемости.

маршрутам, крупным планом даны запоминающиеся образы людей. Представим рейтинг таких сайтов: ведущую позицию за счет видеоматериалов с использованием образов пожилых людей (15% от общего визуального материала) занимает сайт Эстонии (*visitestonia.com*), 14 % – сайт Португалии (*visitportugal.com*), 12 % – сайт Хорватии (*croatia.hr*), 10 % – сайт Литвы (*lithuania.travel*), 9 % – сайт Германии (*germany.travel*), по 8 % – сайт Норвегии (*visitnorway.com*) и Венгрии (*wowhungary.com*), 7 % – сайт Финляндии (*visitfinland.com*), 6 % – сайт Швеции (*visitsweden.com*), 5 % – сайт Швейцарии (*myswitzerland.com*), 4 % – сайт Великобритании (*visitbritain.com*), 3 % – сайт Австрии (*austria.info*).

Сайт Эстонии предлагает туристские услуги для пожилых людей в разделах «уникальные эстонские спа-процедуры», «для любителей музыки», «хуторская маслобойня Нопри», «народная культура на острове Кихну, охраняемом ЮНЕСКО», «знакомство с четырьмя основными церквями», рыбалка. На фотографиях представлены пожилые люди в национальной одежде, они играют на национальных инструментах, задействованы в национальных промыслах. Визуальный ряд с пожилыми богато представлен в разделах мастер-классов и дегустации. Так, например, Эстония предлагает продегустировать молочные продукты на хуторе Паюмяэ, поучаствовать в мастер-классах «Усадьба Палмсе знакомит гостей с кузнечным искусством», «Керамические мастерские в Тагаметском доме творчества» и т. д.

Специалисты португальского официального сайта по туризму избегают давать фотографии людей крупным планом, в то время как во всех видеоматериалах уделено равное время как молодым, так и пожилым. Так, в одном сюжете дают интервью девушка, парень и пожилой мужчина. В ряде других сюжетов, которые называются «Прогулки по Португалии с карандашом», так называемые *Sketch Tour Portugal*, несколько пожилых людей рисуют природу и волшебную атмосферу Португалии, дают отзывы [13].

Фотографии с образами пожилых на сайте Хорватии используются в тех маршрутах, которые зовут отправиться в круизные путешествия на неизведанные острова, совершить культурно-познавательные туры к объектам наследия ЮНЕСКО, принять участие в национальном фестивале и послушать «ойканье» – фольклорное пение вибрирующих голосов. Образы пожилых на литовском сайте используются в разделах культуры, искусства, медицинского и экологического туризма. Образы пожилых людей на сайте Германии используются в разделах ремесел и сувениров. Норвегия использует образы пожилых в разделах «рыбалка», «базы отдыха», «экотуризм», «фермы как источники здоровья пожилых». Венгрия использует образы пожилых людей в разделах культуры, ремесел, конного туризма, мастер-классов, спа-процедур. Финский сайт представляет фотографии знаменитых пожилых фермеров: один из них живет на своей ферме с медведями, на другой странице можно увидеть фото пожилого художника, который живет на

юге Финляндии, на третьей странице – еще один пожилой мужчина играет в гольф, на четвертой странице показан пожилой оленевод. Швеция использует образы людей старшего поколения для продвижения туров по музеям, объектам культуры и искусства, ремеслам, экотуризму, экскурсиям на фермы, рыбалке. Швейцария продвигает с помощью образов пожилых людей люксовые средства размещения, предметы роскоши, музей часов, мастер-класс часового производства, круизные маршруты. Кроме того, Национальный комитет по туризму Швейцарии на протяжении нескольких лет запускает неожиданные серии промороликов с участием пожилых людей [14].

Британский национальный комитет по туризму в разделе «загородные отели» размещает фото с пожилой парой, арендующей загородный дом и выходящей из своего авто. Образы пожилых представлены на фото в разделе «сады Вестминстерского аббатства», «туры в театр Шекспира "Глобус"», премиум-туры по историческим маршрутам, литературным местам. Старшему поколению предлагается посетить «уголок поэта могилы Чосера, Диккенса, Уильяма Блейка, Редьярда Киплинга и лорда Теннисона, а также святые Эмили Бронте, Т.С. Элиота, Шекспира, Джейн Остин». Национальный комитет по туризму Австрии использует образы пожилых в разделах «музыка, театр, рестораны».

Следующая – третья группа национальных комитетов по туризму – практически не использует образы пожилых людей на своих сайтах: 2-3

фотографии с образами людей старшего поколения есть на сайте Чехии (*czechtourism.com*), Словении (*slovenia.info*), Румынии (*romaniatourism.com*), Дании (*visitdenmark.com*), Бельгии (*belgium.be*). На них пенсионеры прогуливаются по историческим местам, объектам культуры, в местных садах, замках, участвуют в фестивалях.

Последняя – четвертая – группа туристических порталов ряда стран использует фотографии природы или достопримечательностей и избегает фото с людьми крупным планом. К этой группе были отнесены сайты Болгарии (*bulgariatravel.org*), Латвии (*latvia.travel*), Мальты (*visitmalta.com*), Японии (*japan.travel*), Нидерландов (*netherlands-tourism.com*), Греции (*visitgreece.gr*). Таким образом, в четвертой группе стратегия геронтомаркетинга никак не визуализирована.

Подводя итог, можно заметить, что первые две группы сайтов официальных туристских порталов довольно внимательны к интересам пожилых людей в сфере туризма. Больше половины из совокупности анализируемых стран (56 %) имеют выраженную стратегию геронтомаркетинга в туризме, а общими чертами этих стратегий можно считать следующие: маркетологи официальных туристских порталов зарубежных стран предлагают старшему сегменту, не ограниченному в средствах и имеющему достаточно свободного времени, культурно-исторические туры, музыкальные и театральные программы, речные и морские круизы, паломнические туры и медицинский туризм. Из средств размещения пожилым туристам

предлагаются отели без суеты и шума, достаточно дорогие загородные дома.

Из проанализированных нами 25 сайтов стратегия геронтомаркетинга никак не визуализирована на 11 из них – это третья и четвертая группа нашего рейтинга, они составляют 44 %. Исследования, проведенные ООН, показали, что отсутствие интереса к потребностям пожилых потребителей вытекает из эйджизма и ограниченного понимания рынка [15]. Необходимость преодоления существующих стереотипов образует социальный контур задач геронтомаркетинга, ориентированного на построение взаимодействия с социумом и формирование образа пожилого потребителя, соответствующего объективным характеристикам, свободного от стереотипных шаблонов восприятия, характерных для общественного сознания.

Авторы также проанализировали наличие специальных рекламных разделов для пожилых людей на туристских сайтах регионов России. В ряде регионов, например, на сайте Республики Башкортостан, имеется раздел «социальный туризм для пожилых граждан», и этим, собственно, реклама и ограничивается.

Туризм для людей старшего возраста в России развивается за счет номерного фонда санаториев и домов отдыха. Главными рекламными аргументами при этом на российских сайтах выступают привлекательные низкие цены и возмож-

ность подлечиться. К более дорогим, но популярным направлениям среди пожилых туристов можно отнести речные круизы и познавательные экскурсии, но специальных рекламных аргументов для людей третьего возраста на российских сайтах не выявлено.

В 2019 году Минкультуры России издало каталог маршрутов России для пожилых людей по регионам [16]. В него включены разнообразные маршруты по интересам с учетом возраста и физических возможностей пожилых граждан. Как заверяют в Федеральном агентстве по туризму, данная работа будет продолжаться.

Итак, по результатам анализа визуальной составляющей зарубежных туристских порталов, рекламная специфика, которая должна соблюдаться при работе с отбором текстов и фотографий, должна заключаться в следующем:

- отбор содержания, информации и тем должен проводиться в зависимости от интереса пожилых людей – садоводство, фермерство, кулинария, оздоровление и т. д.;

- при визуализации рекламных материалов акцент следует делать на сферах интересов людей пожилого возраста: лечебно-оздоровительной, культурно-познавательной, экологической, религиозной;

- существует необходимость разработки сайта с реестром туристских программ для людей старшего возраста.

Литература

1. Численность пенсионеров в России. 16 апреля 2020 г. – URL: <https://franshiza.pro/myblog/statistika/chislennost-pensionerov-v-rossii.html> (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.
2. В России может появиться программа социального туризма для пожилых граждан – Текст: электронный // ТАСС.ру [сайт] 17 декабря 2019 г. – URL: <https://tass.ru/nacionalnye-proekty/7359793> (дата обращения 10.06.2020).
3. О развитии туризма для пожилых людей рассказал глава Ростуризма. 8 декабря 2016 года. – URL: <http://mirnews.su/v-rossii/obschestvo/8675-o-razvitiiturizma-dlya-pozhilyh-lyudey-rasskazal-glava-rosturizma.html> (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.
4. Багиев, Г. Л. К вопросу измерения удовлетворенности геронтопотребителей средствами рекламы – Текст: непосредственный / Г. Л. Багиев, А. О. Шульга, К. С. Талова // Социологические аспекты управления и экономики. – 2010. – №6 (66). – С. 50–56.
5. Киберленинка. Публикации по ключевому слову «серебряная экономика». 5 мая 2020 г. – URL: <https://cyberleninka.ru/search> (дата обращения: 16.04.2020) (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.
6. Грошев, И. В. Туристический бизнес для людей старшего возраста – Текст: непосредственный / И. В. Грошев // ЭКО – 2012. – №9. – С. 33–39.
7. Лагусев, Ю. М. Современные тенденции организации туристского обслуживания людей пожилого возраста – Текст: непосредственный / Ю. М. Лагусев // Сервис Plus. – 2019. – №2(13). – С. 27–35.
8. Шерешева, М. Ю. Потребительское поведение россиян возрастной категории 50+: пилотное исследование – Текст: непосредственный / М. Ю. Шерешева, Л. А. Валитова, С. М. Березка // Вестник СПбГУ. Менеджмент. – 2017. – Т. 16. Вып. 2. – С. 242-266.
9. Филиппова, Н. Н. Особенности туристических продуктов для пенсионеров – Текст: непосредственный / Н. Н. Филиппова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – Том 3. – С. 506-508.
10. Григорьева, Е. И. Особенности развития туристических программ для пожилых людей – Текст: непосредственный / Е. И. Григорьева // Вестник ТГУ. – 2011. – Вып. 12 (104). – С. 627-632.
11. ООН. Отдел народонаселения. Мир. Население. Перспективы. 2019. – URL: <https://population.un.org/> (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.
12. Асташова, Ю. В. Эйджизм как фактор сдерживания геронтомаркетинга на российском потребительском рынке – Текст: непосредственный / Ю. В. Асташова // Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management. – 2018. – Vol. 12, N.1, – P. 142–151.
13. Национальный комитет по туризму Португалии. Видео-материалы. 16 апреля 2020 г. – URL: <https://www.visitportugal.com/en/sobre-portugal/videos>. (дата обращения 10.06.2020). – Изображение: электронное.

14. Серия промороликов. Швейцарцы в городе! 16 апреля 2020 г. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yKKjAV64xRw>; Grand Tour of Switzerland! <https://www.youtube.com/watch?v=80mK4zyPVAw>; Experience the happiness of the Swiss on the Grand Tour of Switzerland <https://www.youtube.com/watch?v=LIsO1SO84AY> (дата обращения 10.06.2020). – Изображение: электронное.

15. UNFPA. Ageing in the Twenty-First Century за 2019 год. – URL: <https://www.unfpa.org/publications/ageing-twenty-first-century> (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.

16. Каталог культурно-исторических маршрутов России для пожилых людей. 20 июня 2020 г. – URL: www.seniorschool.ru/wp-content/uploads/2016/05/Katalog-kulturno-istoricheskikh-marshrutov-dlya-pozhilyh-lyudej.pdf (дата обращения 10.06.2020). – Текст: электронный.

КУЛХАНТИНГ КАК СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ФОРМАТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Актуализация вопроса о месте туроператора в современном мире и о том, какую уникальную ценность они могут предложить грамотным и требовательным клиентам, обусловила выбор исследуемого вопроса.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что для выживания и сохранения конкурентоспособности туроператорам необходимо усиливать инновационный вектор развития, изучая и формируя опыт организации путешествия со множеством смысловых переменных.

В работе определены ведущие признаки и составляющие развития инновационной восприимчивости туристской компании как основы создания новых форматов туров и сохранения диалога с потребителями. Проведён анализ сложившихся тенденций на рынке туристских услуг за последние два года и их влияние на востребованность и динамику инновационных продуктов в туризме; выполнен анализ нетривиальных решений в сфере путешествий; сформулированы основные направления возникновения новых неожиданных форматов туров.

Ключевые слова: *кулхантинг, инновации, инновационная восприимчивость, инновационный туризм, туристические тренды, экспериментальный тур*

Daria A. Tomasova

COOLHUNTING AS A STRATEGY OF CREATING NEW FORMATS IN TOURISTIC INDUSTRY

The problem of identifying the role of touristic company in the modern world and defining the unique value proposition they may offer to demanding customer caused the relevance of this article.

The main hypothesis is that given the significance of survival and competitive performance of touristic companies more attention should be paid to strengthening innovative orientation so that new experience can contribute to creating meaningful voyages.

This article considers main features and characteristics of touristic company's innovative receptivity being the basis of offering new types of tours so that the full potential of innovative touristic ideas is developed through and alongside deep interaction with clients.

As a result of research the article describes tendencies existing in touristic industry and the extent to which these tendencies influence on dynamics of innovative touristic products. There is presented a review of unconventional and exotic touristic ideas in the last two years and there are identified four fruitful directions of developing new touristic formats.

Keywords: *coolhunting, innovative receptivity, innovative tourism, touristic trends, experimental tour.*

Введение

Современные тенденции на рынке туризма и шире – социально-культурные тренды в целом – определяют направления и возможности развития услуг, предлагаемых туристскими компаниями.

С одной стороны, в течение последних нескольких лет продолжала возрастать тенденция отказа от пакетных туров в пользу самостоятельно спланированных поездок, несмотря на усилия по продвижению таких туров, предпринимаемые туроператорами. Стремительно появляющиеся и развивающиеся современные сервисы и мобильные приложения в сфере *TravelTech* помогают самостоятельному путешественнику решить любые организационные задачи, в том числе забронировать жилье, авиабилеты или организовать трансфер, заказать экскурсию на родном языке и другие. Такие возможности ещё острее ставят вопрос о месте туроператора в современном мире и о том, какую уникальную ценность они могут предложить грамотным и требовательным клиентам.

С другой стороны, согласно опросу *Welcome Times*, больше 50 % респондентов готовы в той или иной мере пожертвовать комфортом ради захватывающих эмоций. По резуль-

татам опроса, проведённого в 2019 году компанией *Booking.com*, самореализация путешественников может занять лидирующую позицию при выборе места отдыха: более половины опрошенных по всему миру ответили, что наиболее ценным результатом от путешествий стало приобретение бесценных навыков [6].

Исследование Дэйва Коллье свидетельствует о росте осознанности путешественников: более половины опрошенных отказываются от путешествия, если предполагают, что оно может негативно сказаться на местных жителях. В то же время и в России существенное количество респондентов хотели бы внести свой вклад в сокращение потока туристов по востребованным направлениям и готовы поменять планы и отправиться в схожие, но менее популярные регионы, если будут убеждены, что нанесут меньше вреда экологии [4].

Наряду с этим возрастает уровень требований туристов к индивидуальному подходу, персонификации предложений и обслуживания. Треть опрошенных (в рамках исследования *Welcome Times*) хотели бы получать готовые персональные рекомендации о путешествиях, и более 40 % участников предпочли бы, чтобы туристические компании вне-

дрядли технологии искусственного интеллекта для подбора вариантов тура на основе анализа прошлых путешествий клиента [6].

Таким образом, порог завоевания лояльности клиента становится для туроператора гораздо выше, а путь к этой лояльности – гораздо менее очевидным.

Более того, на рынке появляются независимые сервисы с участием технологии *Big Data*, предлагающих направления для поездок и варианты досуга на основе выявленных предпочтений, результатов бронирования, наполнения страниц в социальных сетях, участия в тех или иных сообществах по интересам и других факторов. Такие предложения представляют несомненную рыночную угрозу для туристических компаний, поскольку формируют сильный и гибкий продукт-заменитель для значительной категории путешественников. Они же способствуют переходу части потребителей из категории клиентов туроператоров в категорию самостоятельных путешественников.

Таким образом, расширяется смысловая составляющая путешествия в восприятии клиентов: возможности пройти обучение и погрузиться в необычную культурную среду, сделать что-то полезное для местного сообщества, принять участие в волонтерской программе, совмещённой с отдыхом и культурным обменом, попробовать йогу или фитнес-программу, погрузиться в ретрит с целью самопознания, испытать свою волю и выносливость.

Для того, чтобы оставаться конкурентоспособными на всё более разнообразном рынке туристических

услуг, туристской компании требуется открытость по отношению к новым решениям, критике существующих подходов, т. е. высокая инновационная восприимчивость.

Инновационная восприимчивость современной туристской компании

Инновационное поведение компании выражается в её направленности на реализацию сотрудниками новых идей, продуктов, процессов, на поиск новых технологий, ресурсов, способов достижения целей. Это поведение осуществляется путём выхода за пределы сложившихся установок и поведенческих стереотипов, формируется инициативно в точках роста и развития жизненного пространства [2]. Инновационное поведение компании базируется на её склонности к применению творческих подходов, внутренней мотивации и готовности инициировать позитивные изменения в профессиональной сфере [3].

Инновационная восприимчивость – это восприимчивость к собственным инновациям или открытиям, трендам и слабым сигналам; способность увидеть элементы нового в относительно устоявшемся порядке вещей. Она подразумевает умение разглядеть перспективную идею и вовлечь энергию, талант, ресурсы сотрудников в её реализацию, умение быть гибким по отношению к проявлениям внешней среды, увидеть возможность сменить «правила игры» [1].

Можно выделить ряд признаков, характеризующих инновационную восприимчивость туристской компании.

Инновационную восприимчивость туристской компании можно связать, во-первых, с активным использованием разнообразных источников для приобретения новых идей и нового опыта организации путешествий. Другими словами, инновационная восприимчивость в туризме выражается в способности наиболее полно уловить все сложные потребности современного человека, скрытые инстинкты и неосознаваемые им запросы и найти их максимально яркое и привлекательное выражение в туристском направлении.

Во-вторых, работу инновационно восприимчивой туристской компании будет характеризовать умение транслировать сотрудникам, партнёрам, клиентам, окружающему миру в целом инновационный вариант будущего, понимание картины будущего – будущего, в котором путешествия позволяют человеку глубже понять себя, свою взаимосвязь с миром. Это умение транслировать ценности развития будущего стало вдвойне актуально сейчас, когда от предприятий сферы туризма ожидают не только возобновления и сохранения эффективности своей деятельности в изменившихся условиях, в мире, который уже не будет прежним, но и готовность внести вклад в восстановление культурных, социальных и экономических связей.

В-третьих, инновационное поведение компании сопряжено с применением техник кулхантинга. Кулхантинг представляет собой поиск новых смелых стилей, нетривиальных идей и явлений в целях создания модных, захватывающих воображение и востребованных товаров и услуг. Внимание кулхантинга на-

правлено, в первую очередь, на те сферы жизни, для которых характерны повышенная динамика и качественные трансформации. К таким эмоционально насыщенным и изменчивым сферам жизни можно отнести и туризм с его нацеленностью на раскрытие творческого, спортивного, коммуникативного потенциала людей, развитие их любознательности и умения преодолевать собственные границы. Поиск необычных идей на стыке воображения, стремления к экстриму и саморазвитию и свидетельствует о востребованности кулхантинга в туризме. Кулхантинг развивает оригинальность мышления как способность продуцировать отдалённые ассоциации, необычные сочетания в нерегламентированных ситуациях [5].

В процессе кулхантинга инновационная восприимчивость тесно связана с информационной и коммуникативной эффективностью, т. е. способностью находить, обрабатывать, осмысливать актуальную информацию, а также выстраивать взаимодействие с окружающими на базе новых идей. Понимание особенностей социальных ролей и их динамики в обществе, новых форм взаимодействия с потребителями на основе новых ценностей путешествия формирует инновационные подходы в туризме.

Это служит цели разрабатывать новый и нетипичный туристский продукт с учётом социокультурного фактора в уникальных и сложных ситуациях, выходить на новый уровень взаимодействия с клиентами, партнёрами и окружающей реальностью.

Обзор направлений возникновения перспективных форматов в туризме

В рамках изучения инновационного поведения компаний в туристской сфере автором проведён обзор нетривиальных идей, реализованных туроператорами в 2018 и 2019 году. Обзор позволил выявить и сформулировать глубинные запросы людей в сфере отдыха, путешествий, времяпрепровождения.

Первое направление появления новых идей в туризме связано с осознанием первозданных инстинктов человека-скитальца, возвращением в естественную среду обитания в экстремальных условиях. Сразу несколько туристских компаний организовали возможности проживания в удивительных локациях. Похожий на связку бревен Арктический плавучий отель на реке Лул (*Lule River*) на севере Швеции предлагает одновременно сочетание роскошных интерьеров и доступа к природе в экстремальных условиях: наблюдения за медведями и северными сияниями, холодные бассейны под открытым небом, экстремальные прогулки в условиях Субарктики.

Ion hotel в Исландии сфокусирован на приключениях среди лавовых полей и ледниковых озёр, гейзеров, чёрного песка и острых пиков. Отель становится отправной точкой максимально близкого изучения экстремальной природы: горные конные прогулки, дайвинг между двух континентальных плит, ледолазание на ледниках и замёрзших водопадах.

Ещё более яркое выражение эта мысль получила в проекте люксового отеля на северном полюсе

среди арктических ледников от туроператора *Luxury Action's*. Отель запланирован к открытию в 2021 году и будет включать в себя десять отапливаемых иглу в самом центре замёрзшей Арктики. Стеклопанельные стены иглу доводят до совершенства иллюзию воссоединения с суровой окружающей реальностью Арктики.

Инновационный бренд верхней одежды *Arc'teryx* запустил линию туров, призванных пробудить в современном человеке утраченное чувство масштаба и инстинкты скитальца – трекинг по наиболее диким частям Канады – землям Юкон у полярного круга – для любителей острых ощущений. В основе туров – непревзойдённый доступ к наиболее удалённым местам, таким как канадская Долина безголовых, Аляска, национальный парк Томбстоун и другие локации субарктической тундры. Туры такого типа соответствуют запросу на своего рода челлендж в путешествии.

Экстремальный опыт, воспроизводимый в турах такого рода, часто базируется на основе известных кадров из фильмов или реальной кинохроники. К первому типу можно отнести погружение в клетку для наблюдения за белыми акулами в Карибском море, предложенное в рамках туров от *Horizon Yacht Charters*.

Тур в пустыню Гоби создан турклубом *Explorer club* из Гонконга по мотивам экспедиции Роя Чапмана Эндрюса, предпринявшего вместе с командой археологов экспедицию в южную часть монгольской пустыни в начале 1920-х годов, ставшую первым в истории автомобильным археологическим путешествием. Сто

лет спустя *Explorer club*, объединившись с Монгольским институтом палеонтологии и геологии, предприняли схожее путешествие, но на этот раз карта исследований ископаемых создавалась при помощи съёмки дронами с неба.

Тур-экспедиция отражает ещё одно направление развития туризма, связанное с раскрытием исследовательского интереса, азарта первооткрывателя. Такие туры несут в себе посыл, что в современном мире, как и столетия назад, существуют неизведанные области, ждущие своих путешественников. Турклуб Астроникс организует экспедиции астрономической направленности, вовлекающие клиентов в исследование и фотосъёмку уникальных астрономических явлений, таких как солнечные затмения, метеорные потоки и северные сияния.

Экспериментальное тревел-агентство *Pelorus* создаёт частные туры в самые труднодоступные уголки планеты, совмещая их с программами изучения биологического разнообразия и заповедных территорий. В экспедициях на яхтах они делают ставку на исследование малоизученных мест океанского побережья. В рамках взаимодействия с правительством Эквадора компания осуществляет доставку морских биологов к местам обитания акулы-молота или помогает в чипировании скатов у побережья Индонезии – это позволяет каждому клиенту ощутить ценность своего вклада в развитие науки и исследование дикой природы. По словам одного из основателей компании, Джорди Маккей-Льюиса, в центре внимания находится не страна, в центре внимания –

уникальный исследовательский опыт клиента: компания создаёт туры, отталкиваясь от того опыта, который стремятся получить их клиенты.

Некоторые организации позволяют туристам принять участие в исследовательских и охранных проектах. Компания *Biosphere Expeditions* стала вовлекать около 200 человек ежегодно в так называемые «приключения исследователей»: туристы могут посетить шесть резерваций по всему миру, приняв участие в таких инициативах, как изучение снежных барсов, исследование жизни китов и дельфинов. При этом по структуре вновь создаваемых туров можно увидеть, что спрос на включение элементов наблюдения за дикими животными в программу тура сменяется спросом на туры, полностью посвящённые погружению в жизнь дикой природы.

Третье направление необычных форматов туристических путешествий базируется на стремлении людей придать определённый смысл, значимость, цель своему путешествию – то, что можно определить как туризм со смыслом или осознанный туризм.

Здесь формируется большое количество инициатив, развиваемых в сотрудничестве туроператорами и местными природоохранными сообществами и энтузиастами. Так, компания *Discovery Initiatives* организует туры по наблюдению за дикой природой, совмещённые с мероприятиями по защите окружающей среды. Запущенная недавно инициатива *Steppes Fund for Change* представляет собой целую коллекцию проектов по продвижению туризма

на основе принципов устойчивого развития. Директор компании Джулиан Мэтьюз убеждён в работе принципа «выигрыш–выигрыш» для всех участвующих сторон: для дикой природы, для местных жителей, получающих возможность работы и обучения, для туристов, приобретающих уникальный опыт. Идея этого направления наилучшим образом выражена в том, чтобы вознаграждать клиентов за их осознанный выбор уникальными впечатлениями.

Альтернативу тура, связанного с простым наблюдением за дикой природой, развивает международная группа по защите окружающей среды *Earthwatch*: туристам предлагают очутиться «на передовой» спасения природы и попробовать свои силы в реализации программ сохранения «дикой жизни». Не только часть взноса за тур идёт на спонсирование работы учёных, но также путешественники осуществляют около 100000 часов научных исследований ежегодно. Так, в 2019 году туристы вырастили более 1000 деревьев и построили на них искусственные гнёзда для эндемичной совы на Кубе, выпустили в океан около 26000 черепах на побережье Коста-Рики, исследовали более 200 миль береговой линии Белиза для установления гармоничных принципов рыболовства и сокращения вдвое отлова акул.

Всемирный фонд *World Wildlife Fund* ставит в центр путешествия возможность для туриста увидеть результат своих усилий, влияние его финансового вклада на преобразование жизни местного сообщества или восстановление элементов дикой природы. Эта же идея составляет ос-

нову деятельности подводного отеля *The Muraka* на острове Конрад Мальдивс Рангал Айленд. Отель основывается на принципах устойчивого развития и нацелен на улучшение жизни местного сообщества и сохранение подводного разнообразия. Гости отеля могут присоединиться к работе местных клубов дайвинга и принять участие в восстановлении коралловых рифов в сотрудничестве с местными центрами изучения океана, а именно в высаживании фрагментов кораллов на металлических пластинах, которые затем погружаются на дно. Таким образом, туристы принимают участие в формировании новой жизни рифа. Физическое и эмоциональное вовлечение в спасение коралловых рифов усиливается тем, что участники программы могут дать имя коралловому основанию и затем получают снимки того, как заложенный ими риф развивается и осваивается рыбами и беспозвоночными. Программа подразумевает сохранение связи с маринистами, приобщение к идеологии защиты морских глубин и получение наглядных доказательств того, что финансовый и физический вклад туристов способствует созданию нового подводного мира. Так, за год функционирования программы на острове Конрад было заложено около 60 новых коралловых оснований.

Туроператоры стали использовать возможности туризма для помощи и поддержки жизни местного сообщества, обучения местных гидов. Туроператор *Rekeru* организовал собственную школу гидов *Koyiaki Guide School and Wilderness Camp* для народа Масаи. Схожим

образом партнерство *Basecamp Explorer* в Кении в резервации Найбоши племени Масаи с туроператорами, предлагающими сафари, должно обеспечить доход и возможности работы для представителей племени. В обмен на предоставление своей земли для приёма туристов жители племени получали пропорциональный их земельным владениям доход и возможности дополнительного заработка в лагере сафари. Кроме того, открываются фабрики крафтовых изделий, обеспечивается предоставление образовательных услуг, здравоохранения, переработки мусора. *Basecamp Explorer* содержит пять локаций с различными условиями проживания, где предлагается наблюдение за животными, участие в соревновании по метанию дротиков, мастер-классы по традиционному вышиванию племени Масаи, посещение яслей для молодых осиротевших слонов (*Sheldrick Wildlife Trust*).

Лозунг этого направления может звучать как «Будь больше, чем туристом. Не оставляй след – оставь вклад». Причём туроператор предлагает клиентам вкладывать не только финансы, но время и энергию.

Четвёртое направление среди необычных туров – активное привлечение практик развития тела и психологических экспериментов. Целая философия туров для самовосстановления возникла по мотивам и на основе фильма Райана Мёрфи «Ешь. Молись. Люби», причём наиболее яркое выражение этот аспект туров приобретает в направленности на женскую аудиторию.

Одна из наиболее интересных новинок – проект *SuperShe* (так на-

зываемый «женский остров») – единённое место отдыха, предназначенное исключительно для женщин и только восьмерых одновременно. Недельное пребывание на острове для женщин площадью в 8 акров у побережья Финляндии позиционируется как краткосрочный побег от стрессовой реальности для общения и восстановления сил. Основательница проекта Кристина Рот установила онлайн отборочный процесс на основе интервьюирования для желающих провести неделю на острове. Те, кто проходит отбор, испытывают иммерсивное погружение в целый комплекс ментальных и физических практик – ежедневные классы йоги, медитаций, фитнеса, каякинга, приготовления блюд и дегустации под руководством профессиональных поваров. Также женщины участвуют в воркшопах, исследующих темы науки о счастье, умении заботиться о себе, профессионального роста. Остров позиционируется как своего рода безопасное пространство для женщин, позволяющее им работать над своим физическим развитием и духовным ростом. Идея отбора состоит в том, чтобы объединить на острове женщин с соответствующими установками и сделать их взаимодействие и общение максимально плодотворным и вдохновляющим друг для друга.

Культивирование опыта взаимоподдержки и независимости среди женщин находит отражение и в концепции *Women High on Adventure, Girls Trip*, а туроператор *Interpid Travel* анонсировал один за другим туры, предназначенные исключительно для женщин и нацеленные на

погружение в жизнь женских сообществ на Ближнем востоке и в Северной Африке.

Заключение

Какими станут новые запросы и интересы людей в сфере путешествий в неизбежно изменившемся мире после 2020 года? Можно предположить, что поиск пограничных ощущений, опыта, выходящего за пределы ожиданий, стремление выйти за рамки привычного стиля жизни и сменить социальную роль продолжат влиять на выбор направлений поездок. Несомненно и то, что киноиндустрия, индустрия виртуальной реальности, блогеры, культивирующие экстраординарные переживания, продолжат служить источником появления самых необычных фантазий о путешествиях. Поэтому кулхантинг останется важным инструментом своевременного улавливания и переработки таких вариантов.

В то же время рынок туризма станет ещё более размытым в том смысле, что границы между путеше-

ствием для отдыха, волонтерством, экспедицией, экстремальным опытом, тренировкой и обучением тому или иному ремеслу будут всё интенсивнее стираться. И в этом сплаве интересов, запросов и возможностей необходима дальнейшая индивидуализация совокупной ценности, которую представляет для клиента отдельное путешествие от туроператора.

Учитывая всё происходящее и отражаемое в новостях сегодня, люди осознают, что жизнь коротка и чувствуют потребность попробовать что-то новое; этот посыл приобретает новое, более сильное звучание в текущей ситуации, а для сферы туризма это означает, что на первый план выходит инновационное поведение компании, связанное с формированием адекватного отношения к новшествам, к ситуации неизвестности и неопределённости, с умением творчески реагировать в нетипичных условиях и принимать эффективные решения на опережение и трансформацию ситуации.

Литература

1. *Блохина, М. С.* Инновационные компетенции в структуре требований к современным руководителям. – Текст: непосредственный / М. С. Блохина // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: социальные науки. – 2016. – №2(42). – С.149–158.

2. *Можжаева, Е. А.* Матрица инновационных компетенций как инструмент оценки инвестиционной привлекательности малой инновационной фирмы. – Текст: электронный / Е.А. Можжаева // Учёные заметки ТОГУ. – 2014. – Т.5, №4. – С. 1109–1114. – URL : http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2014/TGU_5_326.pdf (дата обращения: 16.04.2020).

3. *Щедрина, И. В.* Инновационная организационная культура как способ повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг. – Текст: непосредственный / И. В. Щедрина, П. Н. Александренко, О. И. Неборский // Экономика и управление в сфере услуг. – 2014. – №12. – С. 342–345.

4. *Collier, D.* Millennials, attribute-based selling, "rogue" OTAs – what hospitality looks like in 2020 – Текст: электронный / D. Collier // OTA Insight. – December 13, 2019. – URL : <https://www.phocuswire.com/ota-insight-hospitality-forecast-2020> (дата обращения: 16.04.2020).

5. Cool hunting and the ever changing media landscape – URL : <https://coolhunting.com/category/travel/> (дата обращения: 16.04.2020). – Текст: электронный.

6. Тренды туризма 2019: Мнения экспертов. – URL : <https://welcometimes.ru/opinions/trendy-turizma-2019-mneniya-ekspertov> (дата обращения: 16.04.2020). – Текст: электронный.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И ДИЗАЙН

УДК 72.04

К. В. Бандорина

ЭВОЛЮЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ: СОВРЕМЕННЫЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье исследуются этнические тенденции в дизайне, выявляются закономерности в процессе их модификаций, трансформаций и способов внедрения в массовую культуру через дизайн. Дизайн как проводник массовой культуры на протяжении всего XX столетия несколько раз обращался к национальным стилям, и сегодня наблюдается новый виток этой тенденции. Подчеркивается важность определения современных источников этой тенденции и выявления общих закономерностей появления этнических трендов, а также пути дальнейшего их позиционирования с целью прогнозирования и возможной корректировки перспектив национального стиля, использования его в дизайне

Ключевые слова: дизайн, мебельный дизайн, тенденции, национальный стиль, этнический, дизайн интерьера

Ksenia V. Bandorina

EVOLUTION OF ETHNIC TRENDS: MODERN PRODUCT DESIGN IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The article examines ethnic trends in design, identifies patterns in the process of their modifications, transformations and ways of introducing them into popular culture through design. Design as a conductor of mass culture throughout the twentieth century several times turned to national styles, and today there is a new round of this trend. The importance of identifying modern sources of this trend and identifying general patterns of the emergence of ethnic trends, as well as ways of their further positioning in order to predict and possibly correct the prospects of the national style, and use it in design are emphasized

Keywords: design, furniture design, trends, national style, ethnic, interior design

Процесс глобализации культуры конца XX – начала XXI века ярко отразился как на изобразитель-

ном искусстве, так и на стилистических поисках, происходящих в дизайне. В данном контексте, при ана-

лизе эволюции дизайна, под глобализационными понимаются такие процессы, как стирание культурных, политических, технологических, информационных границ. «Глобализация начала XXI века предстаёт как взаимодействие двух противоположных тенденций: с одной стороны, культурного универсализма, нивелирующего этническую специфику и гомогенизирующего социум, с другой, – локального этнического своеобразия, делающего акцент на культурной отличительности и региональных особенностях. Происходит постепенное формирование культуры человечества как единого пространства, в рамках которого встречаются и взаимовлияют друг на друга различные национальные компоненты» [1, с. 2].

Цели, поставленная индустриальным дизайном в начале своего формирования – унификация и стандартизация производственных процессов, упрощение производств и обеспечение эстетических и бытовых потребностей массового потребителя, – сегодня достигнуты и находятся на пике. Анализируя рынок предметного и интерьерного дизайна, можно говорить о ярко выраженной проблеме безликости и отсутствия идентификации и национальной школы, и персонального стиля. Данный феномен привел к обезличиванию как самих продуктов дизайна, так и личности потребителя.

Являясь частью массовой культуры, дизайн направлен на формирование и выражение ценностей этой категории, а значит, в задачи дизайна входит анализ, поиск и формировании новых концепций

ценностей как части общего развития общества. Для дизайнера создание абсолютно нового и уникального в заданном формате стандартных производств становится невозможным. На работу дизайнера безусловное влияние оказывают и маркетинговые составляющие, определяющие конкурентоспособность того или иного продукта, его качества. Потребительский спрос формируется и управляется через рынок дизайн-продуктов, именно им навязываются стандарты потребления и, как итог – культурные ценности и сама культурная парадигма.

В формировании глобализационных тенденций в дизайне (как предметном, так и интерьерном) активно задействованы тренд-агентства или бюро стиля, которые за последние годы стали главным диктаторами не только для производителей дизайн-продуктов, но и для конечных покупателей. Возникшие в послевоенной Европе тренд-агентства в большинстве своем работали на текстильные производства, помогая им изучать потребительский спрос, а впоследствии и формировать его в соответствии с маркетинговыми интересами, регулировать сбытовые процессы. С этой целью агентства и бюро стиля создают так называемые *trend-book* (книги-прогнозы), которые представляют собой практически ориентированные «рецепты» по созданию дизайн-образов для массовой продукции. Среди ведущих агентств, которые сегодня имеют авторитет и влияют на развитие дизайна в глобальном масштабе, можно назвать лондонские *Kjaer Global* А.-Л. Кьер, *The Future Laboratory* М. Реймонда и К. Сан-

дерс, парижские *Studio Edelkoort* и *Trend Union* Л. Эделькорт, *Nelly Rodi* Н. Роди и П.-Ф. Ле Луэ, *Promostyl* Ф. Винсент, *Style-Vision* Ж. Флавен. Сегодня они определяют стратегии развития потребительского спроса, эволюцию индустрии дизайна, унифицируют информацию о новых мировых трендах, тем самым создавая условия для появления у разных брендов идентичных цветовых и стилистических решений. Монополизация агентствами услуг по стратегическому планированию тенденций приводят к глобализации производственных связей и формированию единых, унифицированных стандартов мирового дизайна. «В результате протекания глобализационных процессов происходит постепенное размывание этнической специфики различных культурных образований, понижение статуса национальной моды, утрата традиционных систем знаков, как в рамках отдельных этносов, так и человечества в целом» [1, с. 2]. Указав на проблему, мировой рынок дизайна воспринял ее как возможность создания нового конкурентного продукта для массового потребителя и решил ее путем включения в новую стратегию развития дизайна, сделав ставку на уникальность и экзотику образа.

Обращение к национальным традициям и этническим культурам в истории искусств, истории моды и интерьера мы можем назвать регулярным – длительные и короткие циклы повторений имеют свою периодичность, что связывают чаще всего с закономерностями общей истории. В каждый цикл подобных обращений и ретро-тенденций дизайн

по-новому перерабатывает национальное искусство, то выбирая отдельные регионы, то отдельные элементы этнического прикладного искусства. Выбор вдохновляющего этноса определяют как политические события, так и явления культурного, климатического и даже туристского характера. Творческое осмысление этнической темы в дизайне может быть связано и с технологическими инновациями, которые зачастую объединяют в одном продукте для демонстрации наследования одного процесса другим. Идентичные тренды мы можем проследить в работах дизайнеров мебели и интерьера начала XX века, в предметном и модном дизайне 70-х годов XX века.

Как отмечает А. Ю. Демшина, «Образцы народного творчества вдохновляют сегодня многих художников-дизайнеров. Эмоционально-образное начало народного прикладного искусства, народная художественная фантазия особенно привлекательна для дизайнера. Плавные линии, мотивы и ритмы орнаментальных узоров, структуры домотканых материалов находят отклик в творчестве модельеров как ассоциативные источники» [2, с. 44]. Сегодня тренд на сохранение традиций и демонстрацию достижений локальных культур занял одно из лидирующих мест, в первую очередь, в интерьерном дизайне, который реализуется в том числе через предметы мебельного дизайна и декоративно-прикладного искусства.

«В современном обществе индивидуализм и уникальность идентичности рассматриваются как обычные явления» [3, с. 115]. Тенденции к индивидуализации через

кастомизацию продуктов, усиление этнического декоративного и смыслового образа, актуализацию регионального наследия и ремесленных традиций декларируются современным дизайном также через миссию и легенду товара. Самые яркие примеры мы могли увидеть на

международной выставке мебельного и интерьерного дизайна *IMM Cologne 2020*, прошедшей в Кельне в январе 2020 года. Главную инсталляцию под названием *Das Haus* – представление о современном идеальном доме – презентовала испанская студия *MUT design* (ул. 1).



Ил. 1. Экспозиция *Das Haus* на выставке *IMM Cologne-2020*. Дизайн: *MUT design* (Испания)

Главной темой проекта *A la fresca* был выбран национальный тип частного дома с внутренним открытым двориком. Пропагандируя и привлекая внимание к своему проекту, как к особенной культуре, дизайнеры сделали акцент на элементах, характерных для испанского

жилища и традиционной средиземноморской культуры в целом. Так, дом-инсталляция окружен символическим водоемом, который дизайнеры назвали «Альбуфера» – по имени лагуны недалеко от Валенсии. Для этого проекта дизайнеры разработали облицовочную плитку, ди-

зайн которой был вдохновлен традиционной валенсийской черепицей. Еще одна ссылка на испанские интерьерные образы – в отделке стен штукатуркой, которая напоминает традиционную испанскую штукатурку инкаладо. В центре привычной нам кухонной зоны находится деревянная печь, по дизайну напоминающая те, в которых жители Валенсии прямо на улицах готовят паэлью. В спальне *Das Haus* вместо обычной кровати – гамак, а в ванной – хамам. Соединив эти традиционные для испанской культуры элементы с современными предметами

мебели и освещения, дизайнеры показали всю актуальность не только этнической эстетики, но и ее смыслового содержания.

С использования испанских национальных мотивов прикладного искусства начинала и известная каталонская дизайнер Патрисия Урикола. Ее модель мебели для улицы – кресло с узорной спинкой «*Crinoline*» (*B&B Italia*) (ил. 2), выполненная из плетеного материала, напоминает не только о кринолинах, но также о национальных цветочных орнаментах региона.



Ил. 2. Кресло *Crinoline* (*B&B Italia*). Дизайнер Патрисия Урикола

Буквально через несколько лет Патрисия Урикола представила предметы мебели с африканской тематикой – коллекцию *Tropicalia*, где

автор использует имитацию национальной техники плетения мебели, а также характерную цветовую палитру региона. Африканские мотивы

уже много раз в истории декоративно-прикладного искусства становились источником вдохновения для новых экспериментов в европейской практике. Сегодня даже такие традиционные дизайн-производства, как венецианское *Venini* включают в свой ассортимент муранского стекла предметы в стилистике африканского региона (ил. 3).



Ил. 3. Ваза Venini

Выбор экзотических национальных культур для заимствования характерной декоративной базы зачастую связан с господствующей сегодня в мире социальной и потребительской парадигмой – экологией, осознанным потреблением, здоровым образом жизни и пр.: «Этно – как часть образа жизни в гармонии с природой (через актуализацию традиционных способов создания тканей и декора, использование природных цветов в costume и интерьере); этническое как особое настроение (отдельные орнаментальные,

конструктивные элементы в современном дизайне)» [2, с. 48].

Однако в итальянском дизайне мы можем отметить акцентное включение предметов этнического дизайна в интерьер, а не создание пространств в единой стилистике одного этноса. Современный интерьер с этническими мотивами в большей степени напоминает «колониальный интерьер», где общеевропейская классическая традиция является базовой основой для оформления всего интерьера, а единичные предметы дизайна и декоративно-прикладного искусства в этническом стиле – отдельными акцентами декоративного убранства.

Совсем другой подход прочтения этнического демонстрирует скандинавский и японский дизайн. Эти, на первый взгляд, два разных даже по географии направления, сегодня признаны источниками минимализма и современного стиля в дизайне. Сейчас работы японских и скандинавских дизайнеров воспринимаются уже не как временные тенденции, а, скорее, как часть всемирной истории мебельного и интерьерного дизайна. Именно эти два этнических направления, став частью глобальной интернациональной культуры, постоянно спорят за лидерство, оперируя не столько понятиями визуальной эстетики, сколько принципами мировоззрения и общей культуры страны, особого образа жизни. Так, ставшие популярными в последнее десятилетие образы жизни – по-датски *hygge* или по-шведски *lagom* – символизируют радости жизни от маленьких моментов счастья и тепла домашнего уюта, привносят в дизайн характерные на-

циональные мотивы. В интерьерах современного скандинавского стиля мы часто встречаем использование натуральной древесины с грубой фактурой, светлые палитры отде-

лочных и обивочных материалов крупной текстуры. Законодателем трендов в этом направлении можно назвать дизайнеров из бренда *Normann Copenhagen* (ил. 4).



Ил. 4. Мебель и декор Normann Copenhagen (Дания)

Японские дизайнеры, как, например, группа *Nendo*, обозначают национальную идентичность через переосмысление традиций в русле

минимализма, сконцентрировавшись на работе исключительно с белым цветом и лаконичными формами (ил. 5).



Ил. 5. Светильник Gaku, Flos (Италия). Дизайн: Nendo (Япония)

Как отмечает А. Ю. Демшина, «на практике дизайн, используя этнообразы, помещая их в новые контексты, как ни парадоксально, возрождает интерес к различиям, по-

могает сообществам сохранять и презентовать собственное этническое, религиозное своеобразие» [2, с. 49].

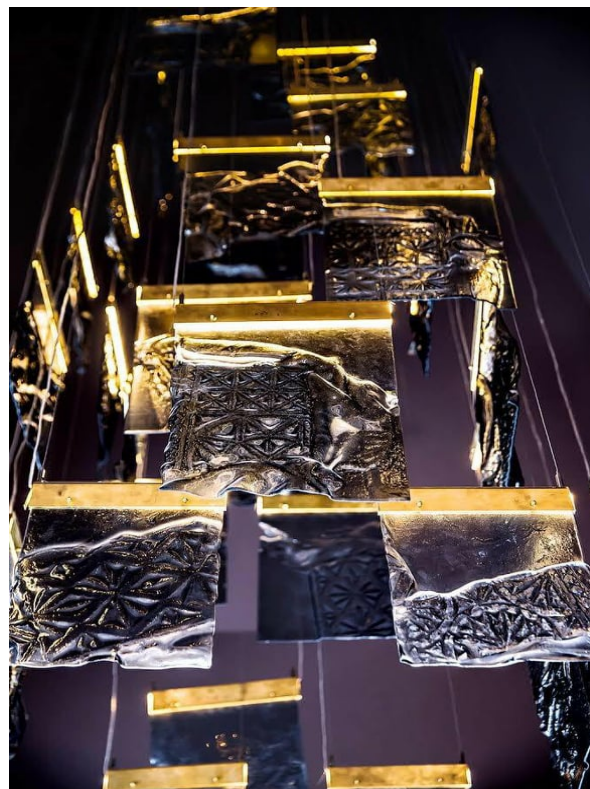
Российский дизайн в своем новом развитии и поиске уникальности также обращается к использованию национальных орнаментов. Редким исключением из общего тренда можно назвать работу дизайнера Димы Логинова – светильник *Fedora* (ил. 6), выполненный в образе матрешки, для итальянского бренда *Axolight*.



Ил. 6. Светильник *Fedora*, AxoLight (Италия). Дизайн: Дима Логинов (Россия)

Переработка и осовременивание народных орнаментов – один из ключевых приемов в российском дизайне, ориентированном на этнические традиции. Так, светильник «Энигма» дизайнера Марии Длугоборской (ил. 7) имеет европейскую каскадную конструкцию, но в ее декоре главным является орнамент русской резьбы по дереву, а также мотивы декоративного оформления

фасада дома в неорусском стиле, где находится данный интерьер.



Ил. 7. Светильник «Энигма». Дизайн Мария Длугоборская (Россия)

Этот объект интересен тем, что декор, характерный для резьбы по дереву, перенесен на другой материал – стекло – и выполнен в инновационных техниках. По словам автора, национальные мотивы в этом современном арт-объекте скорее угадываются через ряд нетривиальных ассоциаций. Используя такие приемы, как максимальное упрощение форм, оставляя лишь контуры и силуэты, дизайнеру удалось создать ощущение русского интерьера, но не путем прямого цитирования народного творчества, а путем ретрансляции его через призму современного дизайна.

Подводя итог обзору вариаций использования национальных и этнических традиций, следует сказать:

через призму образов, орнаментов, цветовых палитр и материалов современный дизайн пытается найти новое русло для возможностей следования новой потребительской парадигме – создания уникального продукта, отражающего локальное, личное и эмоциональное, уклоняясь от процессов глобализации. Обращаясь к истории своего народа или

другого этноса, дизайнер получает возможность найти и сформировать новый образ человека и общества. Как говорил Д. С. Лихачев, «простое подражание старому не есть следование традиции. Творческое следование традиции предполагает поиск живого в старом, его продолжение, а не механическое подражание иногда отмершему» [4, с. 91].

Литература

1. *Васильева, Ж. В.* Влияние процессов глобализации на fashion-индустрию. – Текст: электронный / Ж. В. Васильева // Культурологический журнал. – 2013. – 2 (12). – С.1-11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-protsessov-globalizatsii-na-fashion-industriyu> (дата обращения: 08.06.2020).
2. *Демшина, А. Ю.* Мода в контексте визуальной культуры: вторая половина XX – начало XXI вв. / А. Ю. Демшина. – Санкт-Петербург: Астерион, 2009. – 105 с. – ISBN: 9785948566542. – Текст: непосредственный.
3. *Вильчинская-Бутенко, М. Э.* Коллаборации стритвира и стрит-арта / М. Э. Вильчинская-Бутенко // Известия вузов. Технология легкой промышленности. – 2019. – №1. – С. 115–212. – Текст: непосредственный.
4. *Лихачев, Д. С.* Заметки о русском / Д. С. Лихачев. – М.: КоЛибри, Албука-Аттикус, 2014. – 480 с. – ISBN: 978-5-389-08666-1. – Текст: непосредственный.

*Т. Ю. Воробьева
А. С. Горелова*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ДИЗАЙНЕ ЦВЕТА СТОЛОВОЙ ПОСУДЫ: НАЧАЛО XXI ВЕКА

Статья освещает цветовые характеристики посуды как предмета, соединяющего в себе энергетическую функцию и мировоззрение. Показано, что основные направления развития в дизайне посуды в рассматриваемом периоде характеризуются натуралистичностью в диапазоне «земля – космос».

Ключевые слова: дизайн, посуда, мировоззрение, эргономика, формообразование, цвет

*Tatyana Yu. Vorobyova
Anna S. Gorelova*

MAIN DIRECTIONS IN THE DESIGN OF COLOR OF THE DINING TABLE: THE BEGINNING OF THE XXI CENTURY

The article highlights the color characteristics of glassware as an object that combines energy function and world outlook. It is shown that the main directions of development in the design of dishes in the period under review are characterized by naturalism in the "Land-Space" range.

Keywords: design, dishes, world outlook, ergonomics, shaping, color.

Пополнение энергии является основной функциональной задачей человека в процессе жизнедеятельности. И основным предметом, который он использует в этом процессе наиболее часто и ежедневно, является посуда. В каком бы пространстве человек не находился, он везде ест и пьёт, т. е. происходит своего рода «энергетическая зарядка». От качества столовой посуды в некоторой мере зависит качество пополнения «энергетического запаса», в данном случае можно было бы говорить о КПД посуды. При этом красивая посуда всегда являлась особой гор-

достью хозяек, праздничная столовая посуда выставлялась, и по сей день выставляется на видном месте как в жилом, так и общественном пространствах, предназначенных для питания.

Создавая бытовое изделие, дизайнер должен учитывать функциональные, эстетические, эргономические свойства, его рациональность и информативность. Функциональные свойства посуды выявляются в процессе эксплуатации (устойчивость, непроницаемость, химическая стойкость). Человек-потребитель выступает активным участником системы

«человек – посуда – среда», и в связи с этой системой определяются эргономические свойства посуды. Удобство пользования изделием характеризует преимущественно мышечную утомляемость на всех этапах потребления посуды, т. е. на этапах использования по назначению, ухода и хранения. Критерием удобства является её соответствие антропологическим, физиологическим и психофизиологическим свойствам человека. При этом необходим учёт и потребительских свойств – индивидуального или общепитовского пользования. К индивидуальным потребителям, например, относятся: взрослые и дети (преимущественно дошкольного и младшего возраста) [4]. Здесь возникает вопрос: насколько идентичны или различны их цветовые предпочтения в выборе посуды, чем они обусловлены и каким образом они влияют на энергетически ресурс человека?

Психологи утверждают, что цвет посуды способен влиять не только на настроение, но и на аппетит человека. Так, исследования показывают, что посуда насыщенных желтых, оранжевых и красных оттенков повышает аппетит. Подобное же влияние оказывает на человека и посуда нежного розового или персикового цветов [1; 2]. Поэтому людям, которым требуется не выходить за рамки энергетического лимита, требуется выбирать посуду синих или сиреневых оттенков – такие расцветки способствуют снижению аппетита. Снижает сонливость и упадок сил посуда зеленого цвета. Человек способен «переварить» далеко не все цвета и оттенки: некото-

рые из них подавляют чувство голода и даже вызывают отвращение.

Для провоцирования и увеличения необходимости пополнения энергетических запасов используются тёплые цвета. Не рекомендуется посуда тёмных насыщенных оттенков жёлтого. Предпочтительно использование цвета лимона и яичного желтка [1]. С увеличением длины волны света в посуде увеличивается и полифагия. Таким образом, красный цвет способен пробудить в человеке «звериный» аппетит, отсылая в те времена, когда люди питались только тем, что добыли во время охоты, рыбалки и собирательства. На современном этапе развития человечества посуда подобных оттенков не распространена в экономически стабильных странах, поскольку переизбыток там вышел на уровень государственной проблемы.

С точки зрения диетологии используется посуда ахроматических цветов. Самый традиционный и потому считающийся «скучным» цвет посуды – белый. Однако никакой другой оттенок не способен подчеркнуть красоту, композицию трапезы, поэтому для вкусных и «нарядных» блюд используется белая посуда.

Чёрная посуда способна вызывать чувство подавленности, угнетения и снизить аппетит. Подобную функцию для человека выполняет также посуда зелёного цвета, поскольку вследствие явления оптического смешения в композиции цвета «еда – посуда» первая будет иметь вид несвежей, остывшей пищи. Ещё более усугубляется данное явление в процессе использования посуды коротковолновой части спектра – си-

него, фиолетового и их оттенков. Однако, как показывает опыт крупнейшей в мире выставки товаров для дома *International Home + Housewares Show (IH + HS)*, проводимой Международной ассоциацией хозтоваров (США), именно посуда оттенков от зелёного до фиолетового, а также ахроматического характера, развивается и представляется производством всё более мас-

штабно [3]. Так, институт цвета *PANTONE* заявил цветом 2018 года ультрафиолет как цвет космоса, контркультуры и мистицизма (духовности) [4].

Тенденция к ахроматичности в сторону чёрного обусловлена несколькими факторами. С одной стороны, это характерная для немецкого дизайна форма энергоэффективности «пойманного огня» (ил. 1).



Ил. 1. «Чёрная» посуда, представленная на IH + HS 16

Исторически всем странам доступен максимально энергоёмкий материал – уголь: тёмно-серый, бурый, чёрный. Чем его больше, тем горячее в горизонтальной плоскости поверхности и в поверхностных слоях Земли [5]. С другой стороны, это космическая тема [6].

В данном контексте также актуальна тема Севера, а именно – скандинавского дизайна в виде замороженной воды. Во всех случаях

имеет место эффект блёскости, который также актуален в дизайне посуды. Эффекты мыльного пузыря и углеводов являются ключевой особенностью дизайна для посуды из стекла и керамики – явление перламутрового блеска. Наблюдается растущая тенденция потребителей включать более темные цветовые схемы в процессе использования посуды в домашнем хозяйстве.

Возвращаясь к космической теме, следует отметить устойчивую и нарастающую тенденцию использования эффекта полированного серебра не только в посуде, но и в текстиле. Металлические поверхности вошли в дизайн бытовых приборов с началом космической эры и выхода человека за пределы земной орбиты. Визуальной потребностью общества стало желание окружить себя миром серого цвета с оттенками цинковых, стальных, алюминиевых, титановых и хромированных сплавов с характерным металлическим блеском, включая матовую (с блёсткостью не более 10 %), полуматовую, блестящую, глянцевую, зеркальную и «сатинированную» поверхность [7]. Таким образом, и в наше время остается актуальным выбор предков по использованию серебряной утвари. Лидирующими цветами десятилетия останутся оттенки, характерные для скандинавского дизайна, и, соответственно, их модели мышления, а именно земли, растений, воздуха и воды – коричневого, синего и зелёного. Скандинавская модель жизни и дизайна отличается простотой, натуральностью и эмоциональностью, эргономичностью и теплом повседневной домашней жизни, символичностью и самобытностью [8]. В палитре дизайна посуды сохраняются «тёплые» оттенки, характерные для природы, но полупрозрачные:

розовый тысячелистник, красная гвоздика, жёлтый ирис, дымчатая орхидея, дыня, лайм, разлившийся Нил, зелёный опал, шелковица и т. д.

Материал посуды влияет на характеристики цветности в сторону увеличения или уменьшения. Так, стеклянные, полимерные и металлические изделия будут восприниматься менее насыщенными по сравнению с фарфоровыми и фаянсовыми. В дизайне посуды характерно использования стекла и керамики с землистыми текстурами, грубыми поверхностями со следами ручной обработки и с украшениями в виде этнических знаков. Отмечается рост популярности экологически чистых биопластиков на основе переработанного бамбука и сахарного тростника. Полупрозрачные цвета посуды отсылают к более естественному характеру земного цвета.

Итак, основные направления в дизайне цвета посуды отражают общие тенденции дизайна цвета в первой половине XXI века, и в них прослеживаются три основных направления: энергоэффективность цвета, определяемая ростом дефицита ресурсов для многих стран; космичность, обусловленная тягой к таинственному и непознанному; естественность, обусловленная нарастанием угрозы экологической катастрофы на планете Земля.

Литература

1. Черниговская, Т. В. Чеширская улыбка кота Шрёдингера: язык и сознание / Т. В. Черниговская; Санкт-Петерб. гос. ун-т, Фак. свободных искусств и наук. – Москва: Языки славянской культуры, 2013. – 448 с.: ил. – ISBN 978-5-9551-0677-9. – Текст: непосредственный.

2. *Вассерман, Л. И.* Гуманистическая психология, качество жизни и ценностное сознание личности. – Текст: непосредственный / Л. И. Вассерман, Е. А. Трифонова // Сибирский психологический журнал. – 2011. – № 40. – С. 129–135.

3. 2017 Pantone® Home + Interiors palettes revealed at 2016 International Home + Housewares Show, 8 March, 2016 // International Housewares Association. – URL: <https://blog.housewares.org/2016/03/08/2017-pantone-home-interiors-palettes-revealed-at-2016-international-home-housewares-show/> (дата обращения: 25.01.2018). – Текст: электронный.

4. PANTONE 18-3838 Ultra Violet // Pantone LLC. – URL: <https://www.pantone.com/color-of-the-year-2018> (дата обращения 25.01.2018) – Текст: электронный.

5. *Воробьева, Т. Ю.* Немецкий дизайн «огненного духа земли» – Текст: непосредственный / Т. Ю. Воробьева // Современные проблемы дизайна, архитектуры и изобразительного искусства : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 22-23 апр. 2010 г., г. Магнитогорск. – Магнитогорск : МаГУ, 2010. – С. 8-12.

6. *Воробьева, Т. Ю.* Традиции и прогнозы космического стиля в моде и дизайне. – Текст: непосредственный / Т. Ю. Воробьева // Мода и дизайн : исторический опыт – новые технологии : материалы Междунар. науч. конф., г. Санкт-Петербург, 28 июня – 1 июля 2010 г. / Санкт-Петерб. гос. ун-т технологии и дизайна. – Санкт-Петербург : СПГУТД, 2010. – С. 378-382.

7. *Воробьева Т. Ю.* Мода и цветовые тенденции в дизайне XXI века. – Текст: непосредственный / Т. Ю. Воробьева ; Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ). – Новочеркасск, 2003. – 17 с.

8. *Воробьева, Т. Ю.* Шведский дизайн – Текст: непосредственный / Т. Ю. Воробьева // Лосевские чтения : тр. Междунар. ежегод. науч. конф., г. Новочеркасск, май 2009 ; Юж.-Рос. гос. техн. ун-т (НПИ) ; отв. ред. д-р социолог. наук, проф. П. Н. Лукичев. – Новочеркасск : УПЦ "Набла" ЮРГТУ (НПИ), 2009. – С. 302-305.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ: ЭКОМОДА В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

В статье рассматриваются современные тенденции мировой моды, отмечается, что возрастающий интерес к одежде из натуральных, экологически чистых материалов создает благоприятную ситуацию для расширения выпуска экоодежды. Отмечается, что благодаря большому признанию и пониманию проблем экологии и необходимости охраны окружающей среды, мода и покупательский спрос на данный вид продукции постоянно растет. Выявляется значимость экомоды для человека. Рассматриваются вредные факторы производства одежды, влияющие на экологическую систему.

Ключевые слова: *натуральные и экологически чистые материалы, экология, экомода, экоодежда*

Irina N. Kamneva

MODERN TRENDS: ECOMODA IN HUMAN LIFE

The article examines modern trends in world fashion, it is noted that the growing interest in clothing made from natural, environmentally friendly materials creates a favorable situation for expanding the production of eco-clothing. It is noted that due to greater recognition and understanding of environmental issues and the need to protect the environment, fashion and consumer demand for this type of product is constantly growing. The importance of eco-fashion for humans is revealed. The article deals with the harmful factors of clothing production that affect the ecological system.

Keywords: *natural and environmentally friendly materials, ecology, eco-mode, eco-clothing*

В жизни человека одежда, наравне с питанием, всегда играла важную роль: для того, чтобы выжить, человеку нужны были еда и одежда. Одежда, возникшая ещё на ранних стадиях развития человеческого общества, несла защитную роль. Древний человек использовал её как укрытие от неблагоприятных воздействий окружающей среды, в

первую очередь, от холода и палящего солнца, дождя и ветра. Для одежды использовались те материалы, которые были легкодоступны, т. е. созданные самой природой: шкуры животных, кишки рыб, ткани из растительных волокон. Долгий период времени одежда продолжала выполнять защитную функцию, спасая от укусов насеко-

мых и животных, от стрел, ударов копья и меча, нанесенных врагом в бою, от пули. Но с развитием цивилизации роль одежды постепенно менялась, приобретая утилитарно-практическую и эстетическую функции. Сегодня одежда для человека стала предметом потребления.

В XXI веке, несмотря на масштабное развитие науки и техники, мы констатируем серьезное ухудшение экологии: добавление в продукты питания ГМО и консервантов, так или иначе, негативно сказывается на здоровье человека; все больше людей задумываются не только о том, что они едят, но и о том, что носят, поэтому мода на экологически чистые продукты и материалы стала мировой тенденцией.

Кроме того, с возрастанием человеческих потребностей, растет и пагубное влияние человека на природу. Сейчас экологическая система планеты переживает необратимые процессы, и индустрия моды играет тут не последнюю роль: ежегодно в мире потребляется 80 млрд. единиц одежды. Уже давно известен факт, что производство одежды – одна из самых «грязных» индустрий и несоизмеримо со многими другими производствами вредит экологии, генерируя около 20 % сточных вод и 10 %. Мировых выбросов углекислого газа.

Среди факторов, наносящих вред экологической системе Земли, следует назвать само производство, необоснованную гонку за модной и, наконец, неконтролируемое потребление ресурсов.

Во-первых, само производство тканей не имеет экологичной основы: синтетические и искусствен-

ные ткани составляют около 80 %. На сегодня основными их производителями являются страны Юго-Восточной Азии – Китай, Индонезия и Тайвань, использующие для производства тканей опасные химические вещества. В погоне за прибылью эти страны наносят вред, прежде всего, своим гражданам, а затем и всему человечеству: предприятия, сбрасывая в реки тонны тяжелых металлов, растворителей и токсичных отходов, загрязняют питьевую воду опасными веществами.

Во-вторых, приобретаемые потребителем низкокачественные вещи из масс-маркета быстро приходят в негодность. После того, как одежда выходит из моды или теряет товарный вид, потребитель выбрасывает ее на свалку, чтобы снова приобрести новую... И так – бесконечное количество раз.

В-третьих, в современном мире по причине быстрой смены модных тенденций возникла проблема неконтролируемого потребления ресурсов. По словам дизайнера Дарьи Самкович, в мире происходит перенасыщение брендами и постоянно меняющейся модой. И если сегодня в погоне за модой какую-то вещь купили, то завтра эта же вещь становится уже не модной. Люди устали от этой бессмысленной гонки за модными вещами. Общество само по себе уже диктует тенденцию сокращения потребления, поэтому на сегодня эпоха громоздкого гардероба и погоня за вечным «*sale*» стала дурным тоном [1, с. 23]. Елена Лесс тоже считает, что осознанное потребление — это не просто очередной модный тренд, а логичное про-

должение мировых тенденций на экологичность и минимализм.

Осознание вреда, который наносит индустрия моды природе и человеку, привело к спросу на вещи, произведенные без ущерба экологии. Отсюда возникла мода на экотовары.

Эко-тренд – мировая тенденция, гармоничным и естественным путем захватившая Европу в последние два десятилетия. После индустриализации, удешевления всех видов продукции и большого массового производства потребитель перенасытился и, можно сказать, устал от количества производимой одежды, поэтому понятие экомоды стала распространяться и завоевывать все больше внимания людей [2].

Сегодня в мире моды дискуссии о разумном потреблении затмевают споры о трендах, и в фэшн-культуре этическая мода стала одним из главных трендов. Она подразумевает не только внимательное отношение к окружающей среде, но и заботу о самочувствии людей на всех стадиях: от производства до эксплуатации и утилизации одежды, обуви и аксессуаров без вреда для людей и планеты. Другими словами, это направление моды, где гармонично сочетаются этика и эстетика.

Современный разумный потребитель предпочитает комфортную одежду, задумываясь, из какого материала, где, кем и как изготовлена эта одежда. Многие производители поняли, что их модная одежда должна не только красиво выглядеть, но при этом быть безопасной для окружающей среды, и, собственно, для организма человека. И даже ведущие модные бренды, такие как *Hugo Boss, Versace, Vivienne*

Westwood, Bottega Veneta, Giorgio Armani и Gucci предпочли отказаться от использования натуральных мехов и кожи, сделав свои марки более экологичными и привлекая покупателей, для которых это важно.

Одним из главных инструментов экомоды является использование экологически чистых материалов и применение технологий производства, не загрязняющих окружающую среду, поэтому все больше дизайнеров ориентируются на создание моделей одежды, обуви и аксессуаров только из натуральных и экологичных материалов. Даже цвет этих материалов должен соответствовать естественным, природным цветам, в связи с чем в приоритете вообще отказ от красителей либо использование натуральных красителей. Кроме того, стилю экомоды свойственны лаконичность и отчасти спортивная простота, при этом он завоевывает позиции и в высокой моде.

В странах Европы и США экомода давно пользуется популярностью, особенно в скандинавских странах, которые всегда отличались особым отношением к экологии. Для скандинавов природа – не часть моды и стиля, а сама жизнь, это можно увидеть в дизайне интерьеров, в производстве одежды, обуви и продуктов, а также в формате мероприятий, классических для недели моды *Stockholm Fashion Week* и *Oslo Runway*. В Париже каждый год проходит этический показ моды (*Ethical Fashion Show*): ведущие дизайнеры представляют женскую и мужскую одежду, по всем параметрам соответствующую экологической этике.

В мировом понимании экомоды базируется на обязательных принципах: отсутствие вредных факторов, оказывающих воздействие на здоровье человека; при производстве материалов разумное использование природных ресурсов; отказ от использования натуральных мехов и кожи; применение вторичной переработки сырья; снижение отходов производства и обязательное наличие сертификатов в соответствии с экологическими нормативами [4].

Следует отметить, что среди экобрендов больше представлены зарубежные компании, хотя и те еще только на пути к экомоды. Одежду, сделанную из органических тканей, выпускают такие марки, как *Amana*, *H&M*, *Nike*, *Adidas*, *Levi's*, *Stella McCartney* и многие другие; так же есть фирмы, которые специализируются исключительно на производстве экоодежды, например *People Tree* (Япония), ставшая первой компанией в мире, получившей сертификат GOTS (*Global Organic Textile Standard*).

Россия с экологической и этической одеждой пока знакома мало, но в стране появляются бренды, которые представляют себя как экомарки и делают акцент на использовании натуральных тканей, переработке материалов и собственном производстве в России [3]. Первые шаги в этом направлении делают *NNedre* (Нелли Недре), *Jeans Revision* (Наталия Осикова и Виталий Осипов), *Vatnique* (Кирилл Ступченко и Алексей Сорокин), *Ozero* (Елена Чеурина) и др.

Экомоды в России на данный момент фактически развивается по трем направлениям:

- экологическое – использование в своих коллекциях сертифицированных натуральных тканей (органический хлопок, биолён, биохлопок, бишерсть, крапива, хемп (конопля) и др.);

- этическое – отказ от использования кожи и тканей животных (вещи изготавливаются из аналогов коже и натуральному меху – экомех и экокожа);

- этническое – сохранение традиционных этнических техник обработки материалов.

На протяжении нескольких лет ежегодно в Москве проходит Неделя экомоды; первая Русская Неделя экомоды (*Russian Eco Fashion Week*) состоялась в 2011 году. Её инициатором стала Марина Кокорина, лидер движения ЭКА, создатель этического бренда одежды *INDIGIRA* и генеральный директор проекта *RUSECOMODA*. Целью проекта было создание в России площадки, на которой состоявшиеся и молодые российские дизайнеры могли бы реализовать себя в экомоды и экоодежде, создавая и продвигая новые экологически ориентированные марки одежды и объединяясь в сообщества эко-дизайнеров [8]. Каждый год на площадке *Russian Eco Fashion Week* российские дизайнеры представляют свои коллекции, выполненные в соответствии с экопринципами производства. Кроме того, проходят образовательные лекции и мастер-классы от экспертов-практиков: мастерами, работающими с экотематикой, реализуется экомаркет изделий и мастер-классы по изготовлению экологических вещей, выполненных своими руками. Все это делается в просве-

тительских целях, чтобы как можно больше людей осознали, что использование одежды из экологических чистых и натуральных материалов несет колоссальную пользу планете и облегчает жизнь людей. По словам Марины Кокориной, «сочетание красоты и бережного отношения к природе – неизбежное будущее всего человечества. Перед нами стоит непростая задача – научиться жить в гармонии с ней. А *Eco Fashion* – кусочек будущего мира, который мы строим, в том числе и в России. Всем экодизайнерам наш фестиваль дает возможность представить видение этого красивого будущего» [5].

Итак, в России растет число людей, которых беспокоят вопросы бережного отношения к природе. Но в связи с новизной этого направле-

ния российское общество не настолько глубоко понимает необходимость экологичности, поэтому проблема в стране пока сохраняется. В основном преобладают экологическое и этическое направления развития экомоды, при этом потребитель в основном осознает необходимость использования экологичных материалов для собственного здоровья: прежде, чем приобрести одежду, его интересует, как и где это было произведено, что явилось сырьем. А вот понимание ограниченности ресурсов планеты и экологической опасности россиянами пока осознается не в полной мере. Но, судя по последним мировым тенденциям в мире моды, популярность и интерес к экомоды будет только расти вместе с самосознанием людей.

Литература

1. Бганба, В. Г. Социальная экология: учеб. пособие для вузов / В. Г. Бганба. – Москва: Высш. шк., 2005. – 309 с. : ил. – ISBN 5-06-004514-5. – Текст : непосредственный.
2. Кротова, В. М. Социологический аспект экологической культуры в моде. – Текст : электронный / В. М. Кротова, З. И. Тюхтенева // Студенческий научный форум–2014 : VI Междунар. студ. электрон. науч. конф. – [Б. м.], 2014. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/588.pdf> (дата обращения 25.05.2020).
3. Гейл, К. Мода и текстиль: рождение новых тенденций / Колин Гейл, Ясбир Каур; перевод с англ. Т. О. Ежова; науч. ред. Т. В. Кулахметова. – Минск : Гревцов Паблицер, 2009. – 240 с. – Пер. изд. : *Fashion and Textiles : An overview* / Colin Gale, Jasbir Kaur. – ISBN 978-985-6569-39-8. – Текст : непосредственный.
4. ЭкоМода – Что? Как? Зачем? // Cleandex. Проект Консалтинговой группы «Текарт» в области чистых технологий [сайт]. – Текст : электронный. – URL: http://www.cleandex.ru/articles/2019/10/28/ekomoda_chtokakzachem_ch_2 (дата обращения 25.05.2020).
5. Что такое экомода? Это – красиво и стильно, удобно и полезно!.. – Текст : электронный. – URL: http://www.inforing.net/publications/infopress/culture.php?ELEMENT_ID=43523 (дата обращения: 08.08.2020).

ИНКЛЮЗИВНЫЙ ДИЗАЙН И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ В РЕШЕНИИ КОМПЛЕКСНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

В статье анализируется потенциал инклюзивного дизайна в решении глобальных задач, которые стоят перед человечеством в XXI веке. Инклюзивный дизайн рассматривается через призму трехкомпонентной концепции устойчивого развития. Анализируются 19 конкретных целей устойчивого развития, для достижения которых может быть применен инклюзивный дизайн. В рамках концепции устойчивого развития инклюзивный дизайн находит органичное выражение в социальном, экономическом и экологическом компоненте. В социальном компоненте проявляются коммуникативные и интегративные качества инклюзивного дизайна; в экономическом – стимулирование рационального потребления; в экологическом – повышение энергоэффективности. Наглядно показана эффективность инклюзивного дизайна не только в локальных, но и глобальных масштабах.

Ключевые слова: *инклюзивный дизайн, устойчивое развитие, цели устойчивого развития, окружающая среда, благополучие, индустрия, урбанизация*

Nikita Y. Uvarov

INCLUSIVE DESIGN AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: PERSPECTIVES IN SOLVING COMPLEX PROBLEMS OF HUMANITY

The article analyzes the possibilities of Inclusive Design to resolve the global challenges which facing humanity in the XXI century. That possibilities have been considered through the prism of the three-component concept of Sustainable Development. Considering the 19 specific Sustainable Development Goals that can be achieved using the Inclusive Design. Within the framework of the Concept of Sustainable Development, Inclusive Design finds organic expression in the social, economic and environmental components. The social component shows the communicative and integrative qualities of Inclusive Design; in economic component it promotes rational consumption; in environmental component it increases energy efficiency. The effectiveness of Inclusive Design is clearly shown not only locally, but also globally.

Keywords: *Inclusive Design, Sustainable Development, Sustainable Development Goals, environment, well-being, industry, urbanization*

Инклюзивный дизайн на сегодняшний день выступает в качестве гибкой методологии по адаптации окружающей среды к многообразию человеческих возможностей. Инклюзивный дизайн чаще всего рассматривается в локальных масштабах – организация общественной среды, рабочих пространств, объектов транспортной инфраструктуры, частного жилища, предметов повседневного пользования, одежды и др. Основная проблематика, с которой работает инклюзивный дизайн, – это социальная, физическая и информационная доступность [2]. Однако, учитывая такие особенности инклюзивного дизайна, как методологическая гибкость (универсальный дизайн), масштабируемость (от предмета до окружающей среды) и открытость концептуальной установки (для всех), имеет смысл проанализировать его потенциальные возможности в решении более масштабных и комплексных проблем, которые стоят перед человечеством в XXI веке. В этой связи разумно обратиться к концепции устойчивого развития как наиболее комплексной, последовательной, широко распространенной и принятой на сегодняшний день стратегии сбалансированного развития человечества.

Концепция устойчивого развития была разработана Международной комиссией по окружающей среде и развитию при ООН в 1980-х гг. [4, с. 5]. По словам руководителя комиссии Г. Х. Брунтланд, устойчивое развитие представляет собой «такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу спо-

собность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [Цит. по: 3, с. 16]». Согласно В. В. Жигайло, «концепция устойчивого развития пытается соединить в целостную систему принципы обеспечения экономической эффективности, социальной защищенности и экологической безопасности [Цит. по: 4, с. 5]». Таким образом, можно выделить три основополагающих компонента в концепции устойчивого развития – социальный прогресс, экономическое развитие, ответственность за окружающую среду.

В каждом из трех компонентов инклюзивный дизайн, как гибкая методология организации окружающей среды, может найти свое применение: в вопросах социального прогресса инклюзивный дизайн может выполнять задачи по социальной интеграции; в вопросах экономического развития – помочь в раскрытии коммерческого потенциала потребителей с ограниченными возможностями; в вопросах ответственности за окружающую среду – выступать рационализирующим фактором по экономии ресурсов.

Для нахождения конкретных точек соприкосновения концепций устойчивого развития и инклюзивного дизайна следует обратиться к «Целям устойчивого развития»¹, которые отражают, по мнению ООН, главные проблемы, стоящие перед человечеством на данный момент, и задают вектор консолидации международных сил на ближайшие 10 лет.

¹ Sustainable Development Goals или SDGs., были разработаны ООН в 2014 году

Анализ «целей устойчивого развития» поможет выявить конкретные задачи, которые возможно решить с помощью инклюзивного дизайна.

«Цели устойчивого развития» изложены в документе под названием «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», где содержится 17 целей и 169 задач по их достижению. В документе затрагиваются проблемы нищеты, голода, здравоохранения, образования, изменения климата, гендерного равенства, водоснабжения, санитарии, энергетики, урбанизации, окружающей среды и социальной справедливости [1, с. 17].

Для определения того, какие именно цели и задачи способен решить инклюзивный дизайн, также имеет смысл обратиться к точке зрения международного совета дизайна *World Design Organization*² (*WDO*), который ранее соотнес промышленный дизайн и цели устойчивого развития. Точка зрения *WDO* играет важную роль, поскольку *WDO* имеет свыше 60 лет опыта по развитию и продвижению промышленного дизайна на международном уровне. Учитывая высокий статус организации, международный авторитет и поддержку, новую организационную структуру, комплексную направленность и согласованность с европейской стратегией развития, точку зрения организации *WDO* можно использовать как базовый ориентир для исследования целесообразности

применения инклюзивного дизайна в проблемах устойчивого развития.

Сообщество организации *WDO*, проанализировав все 17 «целей устойчивого развития», выделила семь целей, которые можно соотнести с индустриальным дизайном, а именно: цель №3 (здоровье), №6 (чистая вода), №7 (доступная энергия), №9 (инновационная индустрия), №11 (устойчивые города), №12 (отзывчивое потребление и производство), №17 (партнерство в достижении целей). Если дополнительно провести анализ полного перечня целей и задач, то можно исключить цель №6 (чистая вода), но добавить цели №8 (экономический рост и занятость), №10 (сокращение неравенства) и №16 (построение открытого общества), как вполне реализуемые.

Теперь становится возможным детально проанализировать каждую отобранную цель и соотнести ее с возможностями инклюзивного дизайна. Так, «**Цель 3. крепкое здоровье и благополучие**»³ направлена на обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для людей любого возраста. Текущая цель предполагает преимущественно медицинские меры предотвращения смертности от заболеваний и травм. Тем не менее, инклюзивный дизайн может выступить эффективной превентивной мерой предотвращения смертности от травм и смертей в дорожно-транспортных происшествиях, благодаря

² Всемирная проектная организация. Образовалась после реорганизации Международного совета сообществ промышленного дизайна ICSID в 2017 г.

³ «3.6 К 2020 году вдвое сократить во всем мире число смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий [Цит. по: 1, с. 20]».

созданию такого архитектурного окружения и предметного дизайна, которые минимизируют вероятность совершения ошибок при передвижении и пользовании предметами дизайна за счет создания ясной коммуникации (звуковые сигналы светофора, техническая разметка стен и дороги, контрастная и интуитивная маркировка элементов управления, ясные пиктограммы), а также материальных и геометрических параметров окружающей среды (пандусы со слабым уклоном, нескользящие и тактильные поверхности, приподнятые пешеходные переходы).

«Цель 7. Доступная и чистая энергия»⁴ направлена на обеспечение доступа к недорогостоящей, надежной, устойчивой и современной энергии для всех. В рамках этой цели инклюзивный дизайн находит выражение в качестве фактора повышения энергоэффективности изделий за счет более рационального использования ресурсов благодаря тому, что имеет массовый тираж и массового пользователя, вследствие чего отпадает необходимость производства и эксплуатации дополнительных специализированных устройств. Также энергоэффективность в инклюзивном дизайне повышается за счет акцента на эргономическом факторе, практичности использования и экономичности, что предполагает максимальную рационализацию конструкции и материалов. Например, вместо изготовления нескольких различных входных групп – для обычных людей со ступеньками и

⁴ «7.3 К 2030 году удвоить глобальный показатель повышения энергоэффективности [Цит. по: 1, с. 23]».

для людей с инвалидностью с пандусами, подъемниками, особой визуальной маркировкой, особенными дверями, создается одна общая входная группа в один уровень с землей и с автоматическими раздвижными дверьми.

«Цель 8. Устойчивый экономический рост, полная и производительная занятость и достойная работа для всех»⁵. В рамках этой цели инклюзивный дизайн способствует социальной интеграции людей независимо от их жизненного статуса и возможностей, а также помогает развитию бизнеса через организацию новых коммерческих отношений с ранее неохваченными категориями населения. В этом контексте инклюзивный дизайн выступает как социальный фактор привлечения внимания к тем категориям людей, которые ранее считались маргинальными (инвалиды, пенсионеры, сельское население, неквалифицированные рабочие, мигранты и др.). Например, используя принципы инклюзивного дизайна, возможно организовать такое адаптивное рабочее место на производстве, которое может быть пригодно для людей различными физическими и психическими возможностями, что не потребует специальных затрат на реорганизацию рабочего места, скажем, для людей с инвалидностью.

⁵ «8.5 К 2030 году обеспечить полную и производительную занятость и достойную работу для всех женщин и мужчин, в том числе молодых людей и инвалидов, и равную оплату за труд равной ценности [Цит. по: 1, с. 24]».

«Цель 9. Индустрия, инновации и инфраструктура»⁶ предполагает создание устойчивой инфраструктуры, содействие всесторонней и устойчивой индустриализации и стимулирование инноваций. В рамках этой цели инклюзивный дизайн выступает в качестве эффективного инструмента по созданию устойчивой и равноправной инфраструктуры на основе функциональной гибкости. Сюда относится создание универсально доступной среды и предметов дизайна. Устойчивость проявляется в том, что инклюзивный дизайн направлен на широкую аудиторию пользователей. Также он играет роль рационализирующего фактора для увеличения энергоэффективности и экологичности, как было указано ранее.

В рамках **«Цели 10. Сокращение неравенства внутри стран и между ними»⁷** инклюзивный дизайн

⁶ «9.1 Развивать качественную, надежную, устойчивую и стойкую инфраструктуру, включая региональную и трансграничную инфраструктуру, в целях поддержки экономического развития и благополучия людей, уделяя особое внимание обеспечению недорогого и равноправного доступа для всех [Цит. по: 1, с. 24]».

⁷ «10.2 К 2030 году поддерживать законодательным путем и поощрять активное участие всех людей в социальной, экономической и политической жизни независимо от их возраста, пола, инвалидности, расы, этнической принадлежности, происхождения, религии и экономического или иного статуса. 10.3 Обеспечить равенство возможностей и уменьшить неравенство результатов, в том числе путем отмены дискриминационных законов, политики и практики и содействия принятию соответствующего

способствует социальной вовлеченности и равноправию через утверждение и поддержку человеческого многообразия. Это предполагает распространение человеко-ориентированных подходов в проектировании, вовлечении конечных пользователей в процесс проектирования, статистический учет разнообразия человеческих возможностей, этнических и культурных идентичностей. Также неравенство сокращается за счет отсутствия акцентирования особого статуса человека, как это происходит, например, при доступном (специализированном) дизайне для инвалидов.

«Цель 11. Устойчивые города и сообщества» предполагает создание инклюзивных, безопасных, жизнестойких и устойчивых городов и населенных пунктов. В рамках текущей цели инклюзивный дизайн находит свое наиболее полное выражение и выступает в качестве эффективного подхода по формированию комфортной городской среды, доступной для максимально широкого круга людей. Инклюзивный дизайн задействуется в вопросах:

(11.1) организация безопасного, недорогого, доступного, экологичного жилья. Безопасность и доступность достигается за счет применения принципов универсального дизайна в проектировании пространства и оборудования интерьеров, а экономическая доступность достигается за счет массового характера инклюзивных решений. Экологичности способствует рационализация

законодательства, политики и мер в этом направлении [Цит. по: 1, с. 24]».

и массовый характер производства, а также долгий срок эксплуатации;

(11.2) организация транспортных систем обеспечивается через применение низкопольного общественного транспорта, траволаторов, раздвижных дверей, аудиовизуальной сигнальной коммуникации, лифтов в метро и др.;

(11.7) организация общественных пространств происходит за счет доступной, безбарьерной и равноправной среды, ясной аудиовизуальной навигации, справочных информационных систем, достаточного количества свободного пространства и др.;

(11.3) продвижение устойчивой урбанизации происходит благодаря задействию наработок инклюзивного дизайна в вопросах создания доступной среды, транспортной инфраструктуры и информационных систем, экологичности и экономичности инклюзивных решений, а также массового характера производства и потребления;

(11.b) разработка комплексной стратегии для городов и населенных пунктов по устранению социальных барьеров, повышения энергоэффективности выполняется благодаря продвижению идей социального, этнического и культурного многообразия, идей социального вовлечения, а также конкретных мер по комплексному созданию универсально доступной среды и сплоченного сообщества. Энергоэффективность достигается, как уже говорилось, благодаря рационализации и массовому характеру производства и эксплуатации инклюзивных решений.

«Цель 12. Отзывчивое потребление и производство» пред-

полагает обеспечение устойчивых моделей потребления и производства. В рамках этой цели инклюзивный дизайн содействует построению и распространению рациональных моделей потребления (12.1) и производства (12.6), рациональному освоению и эффективному использованию природных ресурсов (12.2), экологическому рациональному использованию химических веществ (12.4), а также способствует уменьшению объемов отходов (12.5). Приведенные задачи достигаются за счет создания multifunctional и адаптирующихся предметов дизайна и среды, благодаря чему их срок использования увеличивается. Кроме того, инклюзивный дизайн прибегает к рационализации производства и эксплуатации, а также ориентации на широкую аудиторию пользователей.

В рамках **«Цели 16. Построение миролюбивого и открытого общества. Обеспечение правосудия и подотчетных учреждений»**⁸ инклюзивный дизайн способствует построению миролюбивого и открытого общества благодаря установке на равноправную социальную интеграцию, что предполагает учет и одобрение человеческого многообразия, в том числе этнической и культурной идентичности. Также немаловажную роль играет направленность на создание единой равноправной среды без акцентирования особого статуса индивида.

⁸ «16.b поощрять и проводить в жизнь недискриминационные законы и политику в интересах устойчивого развития [Цит. по: 1, с. 32]».

И, наконец, в рамках «Цели 17. Партнерство в достижении целей» инклюзивный дизайн задействует свои коммуникативные и интегративные возможности для сплочения и вовлечения индивидов в единое общество, способствуя глобализационным тенденциям. Для достижения этой цели инклюзивный дизайн стимулирует интеграцию человека в единое общество на принципах равноправия, равенства и терпимости; способствует организации универсально доступного и пригодного предметно-пространственного окружения человека и процессов жизнедеятельности; а также – установлению и укреплению коммуникации между индивидами и обществом.

Таким образом, проведенный в статье анализ соответствия возможностей инклюзивного дизайна «целям устойчивого развития» позволяет утверждать, что инклюзивный дизайн органично интегрируется в существующую трехкомпонентную концепцию устойчивого развития и находит свое проявление в каждом из компонентов:

— в социальном компоненте инклюзивный дизайн проявляет свои коммуникативные и интегративные качества, способствуя созданию открытого, равноправного, справедливого общества, а также помогает поддерживать здоровье населения

благодаря превентивным мерам, таким как организация доступной и безопасной среды;

— в экономическом компоненте – способствует переходу к рациональным моделям потребления и производства, раскрытию коммерческого потенциала аудитории людей с ограниченными возможностями, проектированию физически и экономически доступного жилья;

— в экологическом компоненте – находит свое проявление в вопросах рационализации освоения и эффективного использования природных ресурсов, увеличения энергоэффективности, экологичности, уменьшения отходов.

Как показал анализ возможностей инклюзивного дизайна в рамках «целей устойчивого развития», наиболее востребованные качества инклюзивного дизайна касаются социальной интеграции, создания комфортной и безопасной среды, а также повышения энергоэффективности. Результаты анализа позволяют утверждать о высоких перспективах применения инклюзивного дизайна не только в локальных масштабах единичных изделий, но и в глобальных масштабах при решении задач комплексной, междисциплинарной и многоступенчатой проблематики.

Литература

1. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года : Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 25 сентября 2015 г. – 2015. – 44 с. – Текст : непосредственный.

2. ГОСТ Р 56645.2-2015. Системы дизайн-менеджмента. Руководство по управлению инклюзивным дизайном. – Введ. 2015-10-19. – Москва: ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 2016. – 50 с. – Текст : непосредственный.

3. *Щукина, А. Я.* Теоретические основы устойчивого развития / А. Я. Щукина. – Москва: Nota Bene, 2005 (Тип. ВУиТ). – 156 с. – Текст : непосредственный.

4. *Жигайло, В. В.* Концептуальные основы теории устойчивого развития / В. В. Жигайло; Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов». – [Препринт]. – Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2005. – 18 с. – Текст : непосредственный.

УДК 070.133 (470.345)

А. А. Кочкуркина

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ
УЧАСТНИКАМИ ПРОИЗВОДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ
РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ)**

В статье рассматривается феномен правового регулирования в отношении СМИ. В ходе исследования анализируется проблема соблюдения принципов правового регулирования СМИ в Республике Мордовия на примере работы контрольно-надзорной деятельности Роскомнадзора.

Ключевые слова: СМИ, Роскомнадзор, Закон РФ «О СМИ», массмедиа, злоупотребление свободой массовой информации

Alina A. Kochkurkina

**LEGAL REGULATION OF RELATIONS BETWEEN THE PARTICIPANTS
IN THE PRODUCTION OF MASS MEDIA (MEDIA OF THE REPUBLIC OF
MORDOVIA)**

The article deals with the phenomenon of legal regulation in relation to the media. During the study, the problem of observing the principles of legal regulation of the media in the Republic of Mordovia was considered on the example of the work of the control and supervisory activities of Roskomnadzor.

Keywords: media, Roskomnadzor, the Law of the Russian Federation "On the media", mass media, abuse of freedom of the media

Средства массовой информации – один из самых действенных инструментов воздействия на массовое сознание. «Человек современного общества формируется и функционирует в мегаинформационном пространстве, созданном массмедиа» [1, с. 299]. Массмедиа либо ускоряют прогресс, либо тормозят его.

Законодательство Российской Федерации строго отслеживает деятельность СМИ с целью недопуще-

ния нарушений интересов организаций и граждан страны. Закон «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (Закон о СМИ) базируется на основополагающих принципах, провозглашенных в Конституции Российской Федерации. Главными из них являются свобода средств массовой информации, недопустимость цензуры и гарантия защиты свободы прессы.

Между тем говорить о полном соблюдении конституционных положений или положений Закона о СМИ не приходится. Так, на сегодняшний день не отрегулированы механизмы, обеспечивающие широкий доступ журналистов к информации в политической и экономической сферах. Часто под предлогом защиты информации идет утаивание компрометирующих данных. Достаточно сильно давление на журналиста при сборе им информации: шантаж, заведение уголовных дел, угрозы журналистам и членам их семей. Цензура возможна только при чрезвычайных положениях, если это необходимо для безопасности государства. На каждом этапе развития журналистики в приоритет всегда ставилось удовлетворение потребностей общества в информации. Последние пять лет ознаменовались резким ростом контроля СМИ и поправками в законах со стороны правительства РФ.

Помимо того, Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) контролирует все виды СМИ на соответствие обработки личных данных требованиям законодательства Российской Федерации, что абсолютно правомерно. Однако на платформе по контрольно-надзорному регулированию СМИ стала заметна новая тенденция: расширение полномочий надзорных служб по блокировке доступа на веб-сайты без

необходимости получения решения суда.

Что касается Республики Мордовия, отметим, что за последнее десятилетие наблюдается существенный рост числа периодических изданий: на сегодняшний день более 50 % информационного поля Мордовии составляет пресса, следовательно, и объем работы по контрольно-надзорному регулированию СМИ увеличился.

Особенности работы Роскомнадзора в Республике Мордовия в основном связаны с несоблюдением программных концепций, нарушением лицензионных требований и распространением материалов, содержащих нецензурную брань. Чаще всего судебные дела заканчиваются административным наказанием в виде предупреждения, если СМИ признает свою вину и раскаивается. Однако некоторые нарушения становятся предметом судебного рассмотрения.

Так, по сообщению источника пресс-службы Роскомнадзора по Республике Мордовия [2] было выявлено нарушение в отношении ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”», которая опубликовала на страницах 20-21 в рубрике «Сенсация номера» материал под названием «Заказать убийство отца и остаться на свободе!» (ил. 1), содержащий нецензурную брань с признаками маскировки, а именно слово «е...й», т. е. зафиксировано административное правонарушение.

Заказать убийство отца и остаться на свободе!

Как телеканал Меркушкина сделал из преступницы «жертву властей», которые якобы отказывают ей в льготах и социальных пособиях. Кто она – многодетная Валентина Калашникова?!

Слезливый новостной сюжет на 10-м канале о незавидной судьбе 30-летней матери пятерых детей Валентине Калашниковой, не получающей пособий, вызвал общественный резонанс. По словам женщины, полный пакет документов для получения социальных льгот собрать не удастся, так как один из отцов ее детей проживает на Украине. Но в то же время в «матери-героине» многие узнали преступницу, осужденную за заказное убийство отца. Причем расплатиться с киллерами она намеревалась... детскими пособиями. Шокирующие подробности узнала **Ирина Иванова**.

10-й канал принадлежит клану бывшего Главы Мордовии и экс-губернатора Самарской области Николая Меркушкина. После того как отставник «ушел в

Ил. 1. «Заказать убийство отца и остаться на свободе!»

При рассмотрении дела защитник ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”» с протоколом не согласился, вину не признал, объяснив, что в статье не содержится нецензурных слов: в действительности было указано с признаками маскировки слово, производное от цензурного слова «ебосан», которое происходит от корейского междометия «ебо» (в переводе «дорогой») и уважительного суффикса «-сан». Мировой судья, выслушав защитника юридического лица, а также исследовав письменные материалы дела, пришел к выводу о ви-

новности газеты в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 3 ст. 13.21 Кодекса РФ об административных правонарушениях. По ходатайству защитника по делу была назначена судебная лингвистическая экспертиза, которая показала, что слово в тексте статьи употребляется в значении нецензурного. Факт совершения административного правонарушения и виновность ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”» в его совершении подтверждены совокупностью доказательств: протоколом об административном правонаруше-

нии; уставом ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”»; выпуском печатного издания «Столица С» от 28 января 2020 года №05 (1423), где в рубрике «Сенсация номера» в материале под названием «Заказать убийство отца и остаться

на свободе!» приведен фрагмент текста пользователя с ником Мария Ивановна (ил. 2). На основании изложенного, мировой судья назначил административное наказание в виде административного штрафа в размере 20 000 руб.

Как заявила «мать-героиня» в интервью 10-му каналу, своих детей она растит одна. А вот пособия, на которые всегда рассчитывала, больше не платят. И теперь во всех бедах виновато государство, а точнее – «власть с ее бюрократическими законами». Как только информация о тяготах Валентины появилась в социальных сетях, некоторые пользователи заклеямили ее позором. «Нахалка ты, Валя, – написала пользователь с ником Мария Ивановна. – В прошлом году государство выделило тебе 1 миллион 200 тысяч рублей плюс материнский капитал. Ты купила у цыган разваленный дом за 200 тысяч, дабы отчитаться, а остальную сумму потратила с очередным хахалем. На эти деньги ты смогла бы улучшить условия проживания детей, кормить их достойно, а не обеспечивать своих е...й»

Ил. 2. «Заказать убийство отца и остаться на свободе» [фрагмент]

Приведем еще один пример: 31 января 2019 года в отношении той же газеты был составлен протокол об административном правонарушении, согласно которому газетой распространена информация об организации, включенной в опубликованный перечень общественных и религиозных объединений. Редакцией был нарушен Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности», без указания на то, что деятельность соответствующей организации запрещена. 22 января 2019 года в 5:50 ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”» был опубликован в электронном периодическом издании (<https://stolica-s.ru/news/incident/176981>) материал в рубрике «Происшествия» под назва-

нием «В первую очередь надо думать о Родине!», содержащий упоминание об организации – Религиозная группа «Благородный Орден Дьявола».

При рассмотрении дела представитель юридического лица вину в совершении правонарушения не признал, пояснив, что статья не содержит призывов к экстремистской деятельности. В материале указано, что деятельность запрещенной группы «Благородный Орден Дьявола» была разоблачена. Фрагмент статьи, где упоминается запрещенная группа, посвящен деятельности бывшего следователя, который занимался ее разоблачением. Само упоминание запрещенной группы употреблено в контексте с маленькой буквы, что свидетельствует о

том, что это не имя собственное (ил. 3). Фрагмент: «Также Саркис Геворкян в должности руководителя Октябрьского МСО занимался раскрытием зверских убийств топором двух девушек в кочкуровском лесу, чьи скелеты были найдены лишь спустя несколько лет. Он же разоблачал саранских „сатанистов”, организовавших „благородный орден Дьявола” (организация признана экстремистской и запрещена Верховным Судом

Республики Мордовия) и занимавшихся с девушками черт знает чем...».

Мировой судья усмотрел в действиях ООО «Редакция еженедельной газеты „Столица С”» признаки малозначительности совершенного административного правонарушения и принял решение прекратить дело, освободить редакцию от административной ответственности, ограничившись устным замечанием.

Общественности региона-13 Саркис Геворкян известен, прежде всего, как следователь, который в свое время вел резонансное уголовное дело руководителя регионального почтового ведомства Анатолий Сардаев. В итоге за служебные злоупотребления тот был приговорен к 5,5 годам неволи. Некоторые в республике считали это дело «политическим» — в 2000-х годах Сардаев ходил в ярых противниках «меркушкинского режима», издавая оппозиционную газету. Также Саркис Геворкян в должности руководителя Октябрьского МСО занимался раскрытием зверских убийств топором двух девушек в кочкуровском лесу, чьи скелеты были найдены лишь спустя несколько лет. Он же разоблачал саранских «сатанистов», организовавших «благородный орден Дьявола» (организация признана экстремистской и запрещена Верховным Судом Республики Мордовия) и занимавшихся с девушками черт те знает чем... А когда Россия вернула Крым, именно Геворкян, высадившись на полуостров в составе «мордовского десанта», стал там заместителем руководителя Следственного комитета.

Ил. 3. «В первую очередь надо думать о Родине!»

Подводя итог, следует констатировать, что Республика Мордовия является спокойным регионом, а деятельность Роскомнадзора на-

правлена на то, чтобы предотвратить случаи административных правонарушений и провести профилактическую работу.

Литература

1. Дементьева, К. В. Воздействие региональной прессы на общественное мнение. — Текст : непосредственный / К.В. Дементьева // Вестник Чувашского университета. — 2011. — № 4. — С. 299–303.
2. Управление Роскомнадзора по Республике Мордовия. — Текст : электронный. — URL: <https://13.rkn.gov.ru/about/p2042/> (дата обращения: 12.03.2020). — Загл. с экрана.

РОЛЬ ЖУРНАЛИСТА В ОСВЕЩЕНИИ ПРОБЛЕМЫ ВИЧ / СПИДА

В статье разбирается роль журналиста при освещении и решении проблемы ВИЧ/СПИДа в отечественной журналистике. В ходе исследования были определены основные правила работы журналиста с данной проблемой и приведены примеры, которые наглядно показывают достоинства и ошибки, допущенные журналистами при освещении темы ВИЧ/СПИДа.

Ключевые слова: роль журналиста, ВИЧ/СПИД, сенсация, этика журналистики

Maria E. Pestova

THE ROLE OF A JOURNALIST IN COVERING THE PROBLEM HIV / AIDS

The article examines the role of a journalist in covering and solving the problem of HIV / AIDS in domestic journalism. In the course of the research, the main rules of working with this problem were defined and examples were given that clearly show what mistakes journalists make when covering the topic of HIV / AIDS

Keywords: role of journalist, HIV / AIDS, sensation, ethics of journalism

Существует значительный ряд факторов, по причине которых журналисты стремятся подробно изучить вопросы, связанные с проблемой СПИДа. В них входят предрассудки, секс, здоровье, бедность, сироты, наркотики, гомосексуальность и т. д. Зачастую сообщают, что ВИЧ / СПИД – это главный сюжет из области здравоохранения нашего времени. Во всем мире СПИД убивает больше людей, чем голод или война. Согласно статистике Роспотребнадзора о смертности от ВИЧ число заразившихся в нашей стране составляет более 1,06 млн. человек, и показатели продолжают расти. При этом возрастает и количество смертей. В конце 2019 года смерть от ВИЧ и СПИДа постигла 37 000 россиян. Это рекордная цифра.

В настоящее время не найдено ни одной вакцины или эффективного лечения СПИДа, поэтому наиболее действенным способом предотвращения его распространения является информирование людей об этой проблеме.

Именно журналист способен показать и рассказать обществу о трагедии и привлечь к ней внимание. Существует множество стереотипов и клише о ВИЧ-положительных людях, и задача СМИ – снимать ярлыки и изменять отношение людей к тем, кто живет с таким заболеванием. Некорректность в освещении эпидемии ВИЧ / СПИДа влечет за собой возникновение неправильных ассоциаций и мифов, которые в определенных случаях могут обернуться стигматизацией.

Язык, на котором СМИ говорят о СПИДе, неотделим от содержания материалов и оказывает огромное влияние на восприятие. Положительный ВИЧ-статус могут иметь люди разных привычек, разного образа жизни и материального благосостояния. Болезнь давно перестала быть болезнью «наркоманов», «проституток» и «геев». А такое утверждение, как «ВИЧ – это миф», заставляет людей несерьезно относиться к смертельной болезни и провоцирует ее распространение в результате рискованного поведения. Поэтому достоверность и корректность в освещении проблемы остаются единственным средством сдерживания болезни с целью изменения рискованного поведения людей и предотвращения распространения заболевания.

Чтобы дискриминация, невежество и истерия в отношении проблемы ВИЧ / СПИДа не стали составляющими его восприятия, язык средств массовой информации должен быть точным, без дискриминации и предрассудков. Такие дискриминационные выражения, как «чума XX века», «жертвы СПИДа», «невинные жертвы СПИДа», «ВИЧ-инфицированные», «наркоман», «страшная болезнь», «смертельная болезнь», «неизлечимая болезнь», «бич», «гомосексуалисты» и другие, им подобные, создают чувство безнадежности, паники и страха, а также приводят к стигме. Их следует избегать, заменяя более грамотными и современными (Табл. 1) [3, с. 26-28]. Ниже представлены примеры антидискриминационной лексики.

Т а б л и ц а 1. Антидискриминационная лексика по теме ВИЧ / СПИДа

Неудачное или некорректное выражение	Объяснение	Каким выражением можно заменить
Спидоносец; спидозный; ВИЧ-инфицированный; носитель ВИЧ	Людей не обзывают «спидозными». Их уважительно называют ВИЧ-позитивными, имея в виду положительный серологический статус крови на антитела к ВИЧ. Во всем мире принят термин «люди, живущие с ВИЧ/СПИД», сокращенно – ЛЖВС	Человек, живущий с ВИЧ; человек с ВИЧ; ВИЧ-положительный человек, ВИЧ-позитивный, ЛЖВС
Пациент с ВИЧ; больной ВИЧ/СПИД; больной СПИДом	Слово «пациент» целесообразно лишь в клиническом контексте, а на работе или в быту человек не является пациентом медицинского учреждения. Такая терминология подчеркивает зависимость от врачей, лишает человека личностных черт	Человек, живущий с ВИЧ; человек, живущий со СПИД (если речь идет о случае, когда такой диагноз уже установлен)
Борьба с ВИЧ	Стереотипное выражение	Противодействие эпидемии; работа по уменьшению последствий эпидемии
Наркоман; «на игле»; «торчок»; «нариск»	Стигматизирующее выражение	Наркозависимый; человек, имеющий проблемы с наркотиками; потребитель инъекционных наркотиков

Педераст; гомик; гомосексуалист; голубой	Стигматизирующее выражение. В контексте эпидемии их уважительно называют «мужчины, имеющие секс с мужчинами», сокращенно МСМ. Потому что многие мужчины, имеющие сексуальные отношения с однополыми людьми, не причисляют себя к геям (гомосексуалам) и не имеют гомосексуальной идентичности	Мужчины, имеющие секс с мужчинами (МСМ); гей, если человек имеет гомосексуальную идентичность
Проститутка; жрица любви; представительница древнейшей профессии	Стигматизирующее выражение, поскольку в секс-бизнес вовлечены не только женщины, но и мужчины	Женщина коммерческого секса (ЖКС); работники и работницы секс-бизнеса (РСБ); лица, вовлеченные в сексбизнес; мужчины или женщины, предоставляющие сексуальные услуги за плату работницы секс-бизнеса (РСБ); работники коммерческого секса (РКС)
Группа риска	Групп риска не существует, поскольку все мы имеем шанс инфицироваться ВИЧ	Группы, наиболее подверженные/уязвимые к риску инфицирования ВИЧ
«Кара божья»; «отсутствие морали»; «греховность»	Одна из фатальных ошибок в журналистике – морализаторство. Журналистика – это прежде всего передача достоверной и непредвзятой информации, а в контексте эпидемии ВИЧ/СПИД стереотипы и страхи – плохие помощники	Нужно изучить и осознать пути передачи ВИЧ
Заразиться ВИЧ; заразиться СПИД; вирус СПИД	Заразиться ВИЧ нельзя. Им можно инфицироваться. Также нельзя заразиться СПИД, и вируса СПИД не существует. Поскольку СПИД – это терминальная стадия ВИЧ-инфекции и должно пройти много лет, прежде, чем ВИЧ разовьется в СПИД	Инфицироваться ВИЧ/ СПИД; инфицироваться вирусом иммунодефицита человека
СПИД – чума XX века	Сравнение ВИЧ с чумой – безграмотно и совковостереотипно. СПИД последняя стадия заболевания. Ее вызывает вирус, который погибает во внешней среде, в отличие от чумы	Никогда не использовать клише советского периода
«Погибли от СПИД»; «ВИЧ поймал в свои сети»; «попасть в лапы вируса»	Как много патетики и фатальности! Именно поэтому люди не хотят читать/слушать/видеть подобные материалы.	Не следует запугивать читателя и вызывать отвращение к проблеме
«Жизнь ВИЧ-позитивных людей ужасна»	Это стереотипы в журналистике ужасны	ВИЧ – позитивные люди – самые обычные люди, с такими же потребностями и ожиданиями от жизни, как и у всех представителей homo sapiens

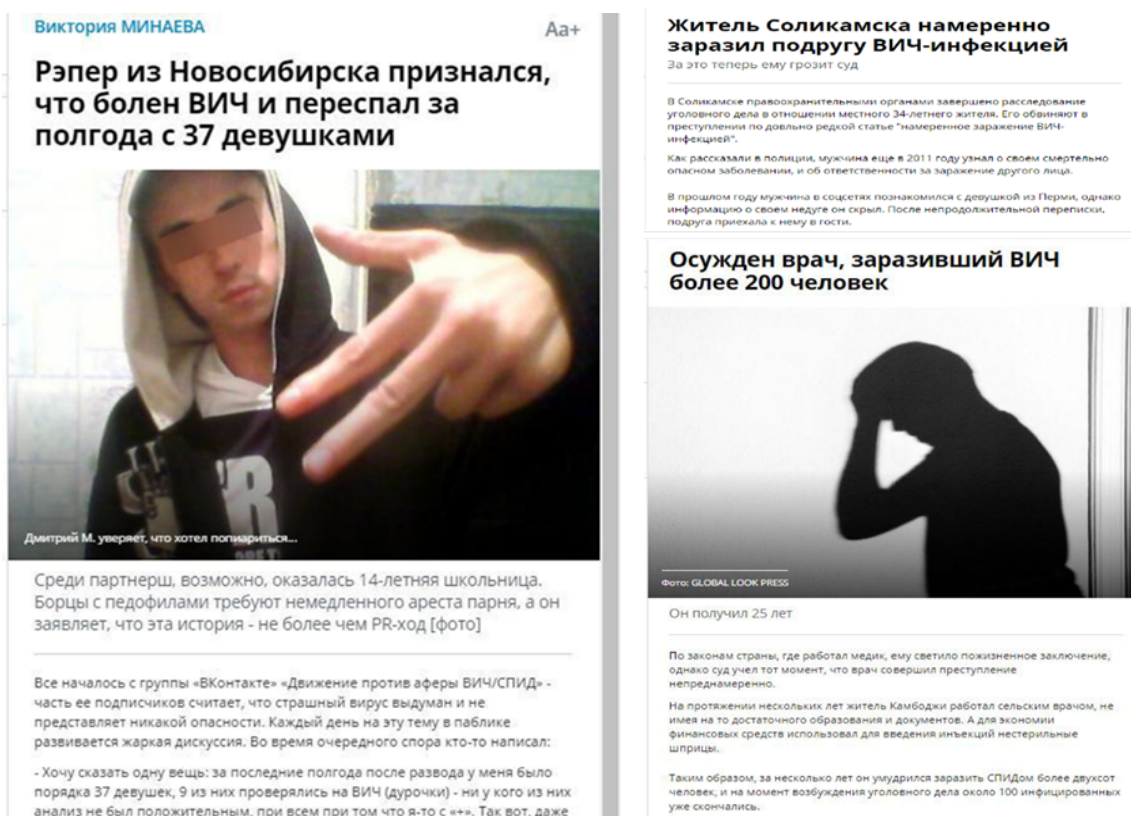
Поддача информации с оттенком сенсации мешает борьбе с распространением болезни и лечению людей; при этом и самим журналистам такая сенсация не приносит славы и уважения: «Журналистам, особенно молодому поколению, чье профессиональное сознание не имеет сейчас твердой идейной и ценностной опоры, особенно важно научиться разбираться в реалиях современности, глубоко понимать их,

уметь анализировать и размышлять, осознавая свою ответственность перед обществом» [1, с. 3]. Для того, чтобы материал о ВИЧ / СПИДе читали, сенсационность совершенно необязательна. В отношении данной проблемы ее используют только те журналисты, которые стремятся облегчить свою работу. Чтобы материал хорошо «продавался», нужна не сенсационность, а высокий про-

фессионализм, поиск новых идей или новых аспектов проблемы.

Рассмотрим примеры того, как следует писать про «сенсации». В «Комсомольской правде» часто присутствуют «сенсации»: «Осужден врач, заразивший ВИЧ более 200 человек», «Рэпер из Новосибирска признался, что болен ВИЧ и переспал за полгода с 37 девушками», «Житель Соликамска намеренно заразил подругу ВИЧ-инфекцией» (ил. 1) Но стоит отметить, что в этих коротких сенсационных заметках

есть место для экспертных мнений и заключительных информационных справок, в большинстве подобных текстов указаны адреса и телефоны местных учреждений, где можно сдать анализы на ВИЧ. Каждый второй материал завершается информационной справкой, статистической сводкой или комментарием эксперта. Газета не «окрашивает» тему в «черные» тона, напротив, политика издания направлена на решение проблемы стигматизации ВИЧ-позитивных людей.



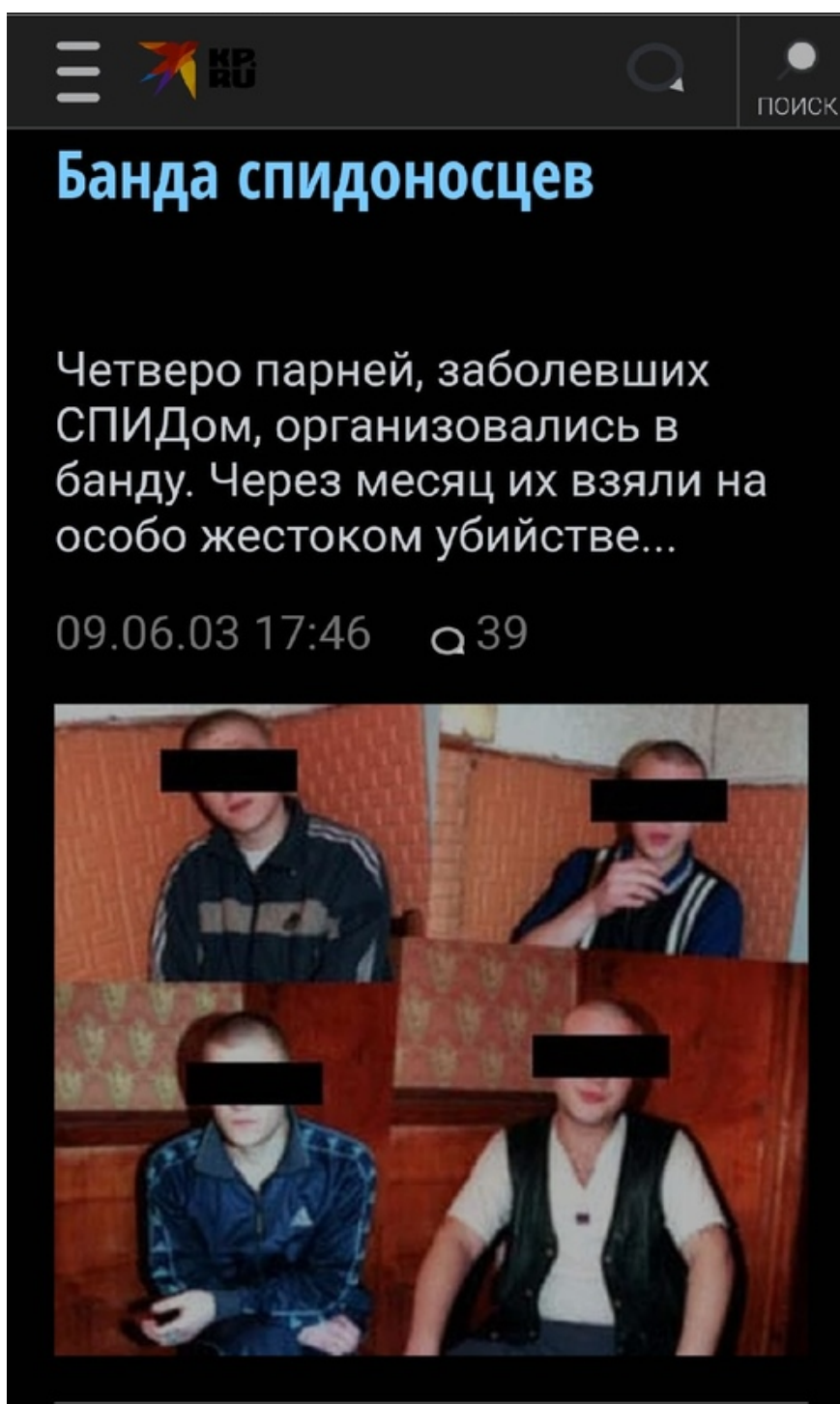
Ил. 1 Сенсационные материалы на тему ВИЧ/СПИД в «Комсомольской правде»

Следует помнить, что проблемы ВИЧ / СПИДа не являются развлекательной темой. При написании материалов, касающихся данной проблемы, журналисты должны руководствоваться главным правилом – «Не навреди». Однако нередко жур-

налисты пытаются любыми силами вытащить из темы ВИЧ / СПИДа сенсацию. Безусловно, массовая пресса не существует без устоявшихся «канонов», в которые как раз и входит сенсационность публикаций, «крик» заголовков и прочее, но

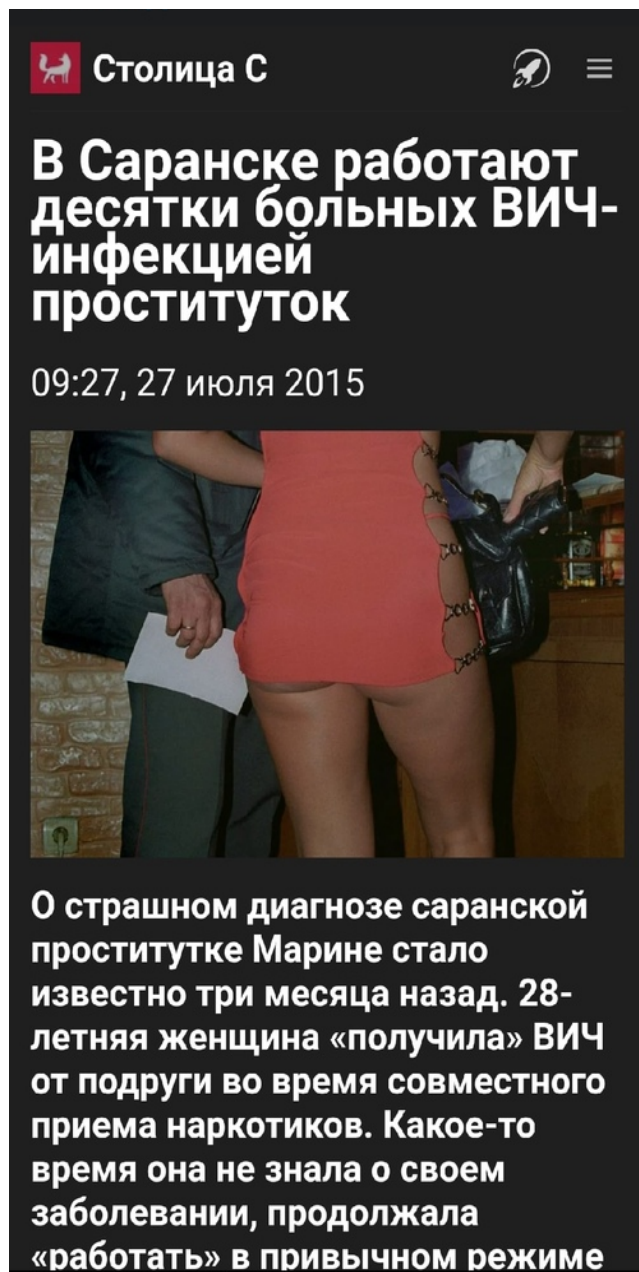
не стоит забывать, что на этом работа не заканчивается, ведь важен сам материал. СМИ часто используют такие речевые клише, как «группы риска», «чума XX (XXI) века», стигмы типа «гомосексуалисты», «проститутки», «наркоманы» и

пр. Например, заголовок в газете «Комсомольская правда» – «Банда спидоносцев» – звучит некорректно (ил. 2); даже если материал рассказывает о жестоких людях с данным заболеванием, такое название недопустимо.



Ил. 2. Некорректный заголовок в газете «Комсомольская правда»

Следующий пример – заголовок в газете «Столица С» от 27 июля 2015 года: «В Саранске работают десятки больных ВИЧ-инфекцией проституток» (ил. 3).



Ил. 3 Некорректный заголовок в газете «Столица С»

Заголовок является «кричащим» и делает «сенсацию», создается ощущение, что в городе процветает коммерческий секс и распространяется опасный вирус,

что в итоге, может создать среди читателей панику. Также некорректным является употребление слова «проститутка» (его целесообразно заменить, например, на «работницы секс-бизнеса»). Случаи ассоциации ВИЧ / СПИДа с проституцией, изнасилованием, преступной деятельностью и аморальными поступками создают впечатление, что СПИД намного хуже, чем другие аспекты стигматизации.

В качестве рекомендации для журналистов, освещающих тему ВИЧ / СПИДа, следует указать сайт «СПИД Центр», где размещены профессиональные статьи по данной тематике с правильной и корректной лексикой как в заголовках, так и в самих текстах статей. «СПИД Центр» – это некоммерческая организация, учрежденная российским журналистом и телеведущим Антоном Красовским и заведующей амбулаторно-поликлиническим отделением Московского областного центра борьбы со СПИДом Еленой Орловой-Морозовой. Декларируемая цель фонда – помощь людям, живущим с ВИЧ и борьба с дискриминацией.

Итак, можно обозначить следующие важные практические рекомендации для журналистов, перед которыми встанет задача написания материала, касающегося ВИЧ / СПИДа:

1. В каждой статье следует повторять основную, базовую информацию, подробно объясняя нюансы, даже если потребуется писать статьи на данную тему несколько раз в месяц. В данном случае следует исходить из того, что еще не все люди знают, что такое ВИЧ и СПИД.

2. Следует разрушать мифы и легенды о путях передачи ВИЧ. Например, люди боятся ВИЧ, считая, что заразиться можно даже от прикосновения, от укуса комара, от поцелуя.

3. Следует избегать деления на «мы» и «они». Сегодня от ВИЧ не застрахован никто, поэтому стоит чаще напоминать о том, что болезнь может коснуться каждого.

4. Следует рассказывать «людям о людях» и освещать позитивные примеры – истории из реальной жизни о героях с диагнозом ВИЧ.

5. Следует стремиться к объективности и соблюдению баланса, т. е. использовать разные источники информации, избегать предвзятости. Жанром, еще не раскрытым в данной тематике, может стать журналистское расследование. Подобные материалы наиболее ценны для аудитории.

6. Следует стремиться к использованию только новой информации, самых последних и точных данных, полученных из достоверных источников.

7. Следует отказаться от штампов и некорректных выражений. Терминология ВИЧ / СПИДа обширна, но журналист, который в ответе за свои слова, должен в полной мере владеть профессиональной лексикой и не путаться в определениях.

8. Следует стремиться к визуализации материала, но не за счет устрашающих изображений. В освещении этой темы будет правильным отказаться от соблазна сопроводить материал изображениями, которые в первую очередь привлекают внимание читателя, равно как и

отказаться от сенсационности и излишне драматизированных историй. Следует все время находить баланс между ролью информатора и человека, взявшего на себя миссию снижения стигмы и дискриминации обществом уязвимых людей.

9. Следует освещать тему ВИЧ регулярно, без привязки к особым дням. Чаще всего материалы на данную тематику начинают появляться в декабре и июне – это даты Всемирного дня борьбы со СПИДом и Дня памяти жертвам СПИДа. Ракурсов у этой темы множество: новые герои, освещение проблемы в национальном или локальном масштабе, актуальность и статистика, главное – соблюдать этические стандарты.

10. Не рекомендуется вдаваться в детали и / или интимные подробности, придавая материалу о ВИЧ / СПИД так называемую «богемность».

Итак, несмотря на то, что тема ВИЧ / СПИДа давно существует, роль СМИ в освещении этой проблемы по-прежнему остается актуальной. СМИ – влиятельная и, безусловно, заинтересованная сторона; мало того, что это мощное средство коммуникации и повышения осведомленности населения, но также и средство изменения поведения, поскольку СМИ могут влиять на мнение людей. Представляется, что журналисты могут стимулировать открытые и активные общественные дискуссии по вопросам, лежащим в основе ВИЧ / СПИДа, среди которых, например, неравные гендерные отношения, социальное неравенство, стигма и культурные нормы.

Литература

1. *Дементьева, К. В.* Роль журналистики в освещении актуальных проблем современности. – Текст : непосредственный / К. В. Дементьева // Знак: проблемное Поле Медиаобразования. – 2018. – № 3. – С. 50-54.

2. *Дементьева, К. В.* Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие / К. В. Дементьева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 210 с. – Текст : непосредственный.

3. *Гейдар, Л.* ВИЧ/СПИД И СМИ: рекомендации для журналистов. – Текст : непосредственный / Л. Гейдар, Д. Колчинский. 6-е изд. – Киев : Международный Альянс по ВИЧ / СПИД в Украине, 2006. – 83 с.

**ОПЫТ ОСВЕЩЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА
В ПРЕССЕ МОРДОВИИ (ПО МЕДИАТЕКСТАМ ГАЗЕТ
«СТОЛИЦА С» И «ИЗВЕСТИЯ МОРДОВИИ»)**

В статье проводится анализ смыслового содержания медиатекстов прессы Мордовии в вопросах освещения актуальных проблем человечества. Автор делает вывод о недостаточной работе СМИ в данном направлении, так как материалы в основном сообщают о проделанной работе органов власти, не отражая рассматриваемых проблем.

Ключевые слова: актуальные проблемы человечества, пресса, журналистика, экология, терроризм, ВИЧ

Nadezhda M. Rusyaeva

**EXPERIENCE IN COVERING CURRENT PROBLEMS OF HUMANITY
IN THE PRESS OF MORDOVIA (BY MEDIATEXT OF NEWSPAPERS
"Stolitsa S" AND "Izvestia Mordovii")**

The article analyses the meaning of the media of the press of Mordovia in the coverage of topical problems of mankind. The author concludes that the work of the media in this direction is insufficient, as the materials mainly report on the work of the authorities, without reflecting the problems under consideration.

Keywords: Pressing problems of humanity, press, journalism, ecology, terrorism, HIV.

Средства массовой информации играют значимую роль в информировании общества. Именно пресса, телевидение, радио и Интернет формируют повестку дня, отражая в своих публикациях значимые и актуальные темы.

В современном мире актуальные проблемы человечества – вопрос номер один. Тема экологии, голода, демографии, терроризма и многие другие проблемные вопросы требуют действий и решений. Со-

действие в этом оказывают СМИ как главный инструмент информирования общества. Данная тема достаточно актуальна, к ней не раз обращались исследователи [3; 6].

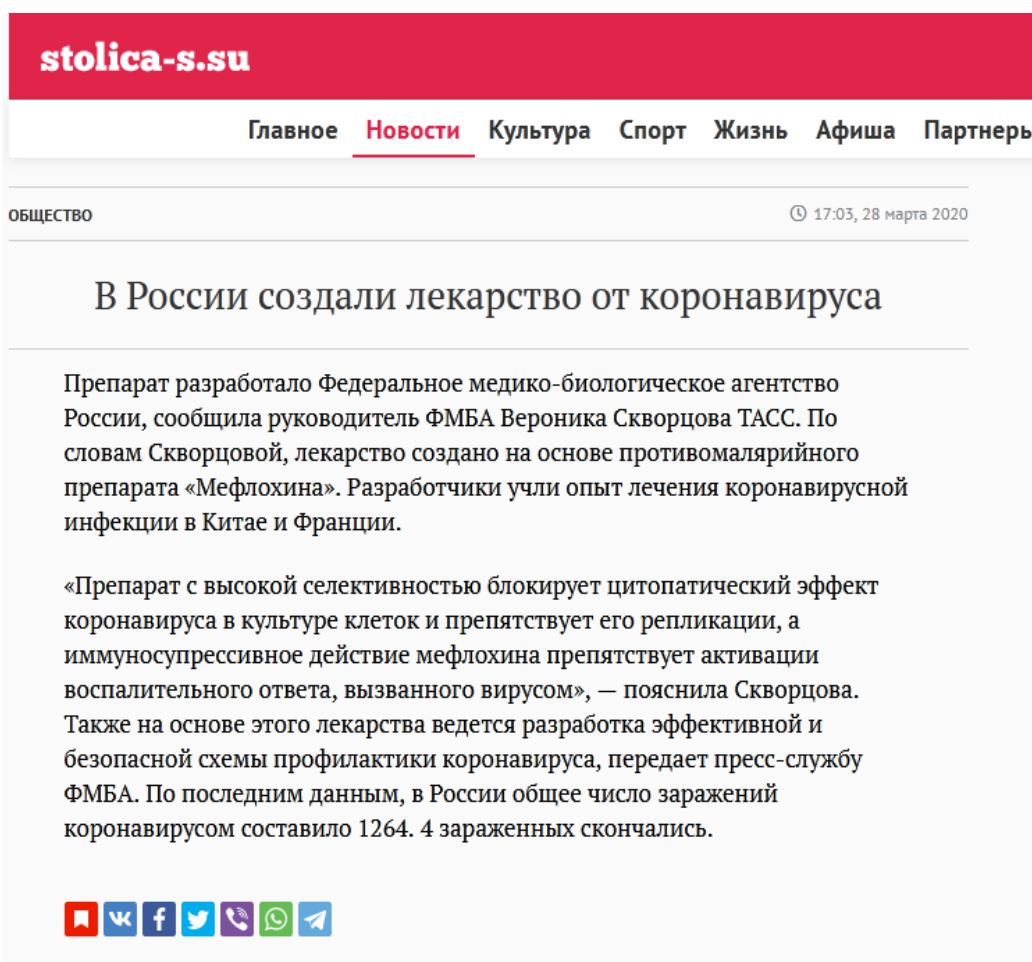
Актуальные проблемы человечества – это глобальные проблемы, которые являются совокупностью проблемных вопросов, от их решения зависит общественный прогресс и сохранение всего человечества. Например, сохранение полезных ископаемых, вопросы экологии и озо-

нового слоя, глобальное потепление и перенаселение – все это и многое другое составляет перечень актуальных проблем человечества. Кроме этого, важно отметить актуальность проблематики образовательной системы или здравоохранения.

Проблемные публикации в газетах – важное звено всего издания. Освещение актуальных проблем человечества для аудитории – показатель того, что журналисты газеты стремятся к решению проблем, которые возникают в обществе.

Рассмотрим содержательный смысл проблемных текстов на примере газеты «Столица С». В настоя-

щий момент тема здоровья – одна из ведущих тем всего информационного пространства. Распространение и профилактика коронавирусной инфекции – повестка дня не только республиканских изданий, но и мировых. Рассмотрим несколько публикаций данной тематики. «В России создали лекарство от коронавируса» (ил. 1) – небольшой по объему медиатекст, информирующий аудиторию о том, что российским ученым удалось создать лекарство, которое замедляет активность вируса в организме больного. В тексте нет анализа, статистики, только фактическая информация.



Ил. 1. В России создали лекарство от коронавируса, «Столица С»

Сегодня на сайте газеты в основном представлены материалы, которые относятся к мониторингу ситуации по распространению коронавирусной инфекции. За период пандемии качественных материалов прибавилось. Теперь на сайте газеты «Столица С», кроме привычных сводок, можно увидеть обзоры авторов о ситуации с распространением коронавируса на территории Республики Мордовия. Помимо официальной статистики и «цифр», корреспонденты газеты представляют для своих читателей подробный репортаж с места событий. Так, текст под звучным заголовком «Врачи ковидных войск» раскрывает читателям правду о состоянии пациентов и врачей, которые оказались «заложниками» Республиканской клинической больницы имени С. В. Каткова.

За закрытыми дверями одного из самых тяжелых ковидных госпиталей Мордовии – так уже называли больницу имени С. В. Каткова – рабочий персонал ежедневно ведет борьбу за жизни своих пациентов. Это и многое другое смогли увидеть корреспонденты газеты «Столица С» Ольга Воронина и Денис Тюркин. Репортаж начинается с небольшого отступления к прошлому больницы, далее читатель может познакомиться с настоящим положением дел: сегодня медицинское учреждение – это настоящая крепость, где за каждым действием закреплено свое правило. Так, например, журналист рассказывает о том, что в больнице существуют «чистая» и «грязная» зоны, а, кроме этого, делится своими впечатлениями от нахождения в защитном скафандре. Репортаж «Врачи ковидных войск» – это действительно

профессиональная работа журналистов, которые побывали в самом центре «красной» зоны. В данном репортаже мы видим главное – историю появления болезни: врачи делятся своими воспоминаниями о первом пациенте, зараженном коронавирусной инфекцией. Читатель может проследить, как менялась статистика, какие методы лечения использовались, какая ситуация сейчас в «красной» зоне. Конечно, многие федеральные СМИ печатали подобные тексты, но в Мордовии издание «Столица С» стало первым, опубликовавшим репортаж из «красной» зоны.

Можно отметить, что журналистский текст действительно проясняет многие моменты, отвечает на вопросы жителей республики, которые смогли узнать о том, что на самом деле происходит в Республиканской клинической больнице имени С. В. Каткова, которая сегодня стала одним из самых тяжелых ковидных госпиталей Мордовии.

Рассмотрим еще один материал от 26 октября 2019 года. «Надежды на „Демографию“» [4]. Заголовок данной публикации определяет ее тематику, текст – проблемный, затрагивающий актуальные вопросы человечества, т. к. демография – один из важных вопросов и нашей страны. В публикацию включена статистика: в России по итогам первого полугодия естественная убыль населения дошла почти до 200 тысяч человек. Но ссылок, откуда были взяты эти данные, нет, что заставляет задуматься, правдивы ли эти статистические данные. Прогнозы, о которых пишет автор текста Ольга Старастина, указывают, что через

небольшой промежуток времени рождаемость в нашей стране окажется меньше, чем в 1999 году, который стал антирекордным. Соответствующих ссылок также нет. Далее в тексте приводится уже более реальная информация о том, что демографический минус может компенсировать возвращение бывших соотечественников и переселенцев из стран ближнего зарубежья; эти данные предоставлены Минэкономразвития.

Медиатекст рассказывает аудитории о мерах, которые оказывает государство для поддержки семей: социальные выплаты, пособия семьям, в которых есть ребенок в возрасте до полутора лет. Присутствует информация о том, когда лучше оформлять документы для льгот: «Но слишком затягивать с этим делом не стоит. Если подать документы в течение полугода после рождения малыша, выплаты будут начислены с даты его появления на свет. При более позднем обращении – с момента подачи». Автор пишет о материнском капитале и льготной ипотеке, о том, что созданы все условия для воспитания нового поколения. Текст разъясняет и информирует аудиторию о новых методах поддержки населения, о том, как государство стремится обеспечить стабильность каждой семьи с ребенком. Поднимается ли проблема кризиса демографии? Несколько вводных предложений, которые показывают аудитории, что убыль растет, а рождаемость падает, хотя созданы все условия для ее нормализации.

Обратимся к другому тексту газеты «Столица С». «За последние годы у нас не выявляются случаи

ВИЧ-инфекции среди школьников и подростков до 18 лет» [2]. Текст посвящен важной и актуальной проблеме всего человечества – заболеванию от ВИЧ. Данная публикация представлена в жанре интервью. Вопросы журналист задает руководителю республиканского центра профилактики и борьбы со СПИДом Ирине Доронькиной. Текст интересен, информативен, приведена статистика зараженных людей по Мордовии, респондент рассказывает о группе поддержки ВИЧ-положительных и о методах лечения. Кроме этого, указана вся необходимая информация о том, куда можно обратиться, чтобы проверить свой ВИЧ-статус. Отметим, что тематические тексты по данной проблеме в анализируемом издании появляются редко. На сайте газеты «Столица С» данная тема освещается только с привязкой к датам или событиям. Анализируемое интервью вышло после фильма блогера Юрия Дудя, где подробно рассказано о данном заболевании, развеяны мифы о ВИЧ.

Итак, в газете «Столица С» редко поднимаются вопросы о глобальных проблемах человечества, но все же публикации присутствуют. Основные направления работы журналистов – жизнь республики и проблемы, которые волнуют граждан, в основном касающиеся городской жизни, образования, ЖКХ и медицины.

Республиканское издание «Известия Мордовии» – второе анализируемое издание. Лента новостей на официальном сайте газеты информирует о самых разных темах, но больше всего публикаций, связанных с освещением эпидемиологиче-

ской ситуации в связи распространения коронавируса.

Вопросы экологии, защиты окружающей среды и переработки мусора – основные темы публикаций газеты «Известия Мордовии». Например, текст с заголовком «Реализация нацпроекта „Экология”: „мусорная реформа”, свалки и решение проблем» [5]. Журналистский жанр публикации – отчет, это информация из зала заседания о проблеме экологии. Информация в нем разделена на блоки. Первый блок – «Мусорная реформа» – повествует о мероприятии по уничтожению около десяти нелегальных свалок; поднимаются и проблемные вопросы – население районов не платит за обращение с ТКО. Далее идет информация о тарифах, но ни слова об экологии. Национальному проекту «Экология» в информационном тексте уделено достаточно мало внимания. Обозначено, что «планируется расчистить русло Мокши, что должно привести к нормализации ситуации с разливами и половодьем. Кроме того, в апреле и мае текущего года пройдет большая работа по очистке берегов мордовских рек от накопившегося мусора. На вопрос об очистке русла Инсара в районе Николаевки замминистра подчеркнул, что сейчас в приоритете именно Мокша, а инициативу по этой работе могут внести муниципальные власти».

Проблема экологии в данном тексте весьма туманна, она не раскрыта в полной мере, возможно, на это повлиял выбранный жанр, который не дает автору выйти за пределы освещения именно заседания. На сайте подобных материалов дос-

таточно много, все они связаны с Национальным проектом «Экология», но об освещении реальной экологической проблемы в городе и республики не говорится.

Еще одна актуальная проблема человечества – терроризм. При изучении публикаций на сайте газеты «Известия Мордовии» каких-либо проблемных текстов, связанных с профилактикой терроризма среди населения или читательской аудитории, найдено не было. Все тексты посвящены заседаниям, освещению круглых столов, совещаниям по вопросам противодействия терроризму. Например, публикация от 18 ноября 2019 года «В Саранске прошло обучение вопросам организации деятельности по профилактике терроризма» [1] рассказывает о курсах для заместителей глав муниципальных районов и городского округа Саранск, ответственных за реализацию комплексного плана противодействия идеологии терроризма. В тексте содержится информация о прохождении курса, его ключевых темах. Как понятно из текста публикации, данная программа была нацелена на повышение антитеррористической грамотности слушателей и методическую помощь им.

Итак, можно сделать вывод, что газеты «Столица С» и «Известия Мордовии» в основном публикуют материал общепросветительского характера, стремясь не поднимать проблемы экологии, демографии или терроризма, а, скорее, информировать аудиторию о проделанной работе органов власти. Исключение, пожалуй, составляют публикации общественно-политической газеты

«Столица С» о профилактике ВИЧ среди населения (интервью обычно содержательны, освещают ключевые

проблемы, а аудитория получает максимум информации по данному вопросу).

Литература

1. В Саранске прошло обучение вопросам организации деятельности по профилактике терроризма // Известия Мордовии. 18 ноября 2019. – URL: <https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/v-saranske-proshlo-obuchenie-voprosam-organizatsii-deyatelnosti-po-profilaktike-terrorizma> (дата обращения: 23.03.20). – Текст : электронный.

2. За последние годы у нас не выявляются случаи ВИЧ-инфекции среди школьников и подростков до 18 лет // Столица С. 14 марта 2020. – URL: <https://stolica-s.su/lifestyle/health/250665> (дата обращения: 22.03.20). – Текст : электронный.

3. *Дементьева, К. В.* Актуальные проблемы современности и журналистика: учебное пособие / К. В. Дементьева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 210 с. – Текст : непосредственный.

4. Надежды на «Демографию» // Столица С. 26 октября 2019. – URL: <https://stolica-s.su/news/society/225183> (дата обращения: 20.03.20). – Текст : электронный.

5. Реализация нацпроекта «Экология»: «мусорная реформа», свалки и решение проблем // Известия Мордовии. 19 апреля 2019 – URL: <https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/realizatsiya-natsproekta-ekologiya-musornaya-reforma-svalki-i-reshenie-problem> (дата обращения: 23.03.20). – Текст : электронный.

6. *Филатова, Н. И.* Современные глобальные проблемы человечества / Н. И. Филатова, С. И. Усова. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 37-39.

УДК 331.108.26:04.658

Ю. А. Денисова

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата педагогических наук, доцента
М. Э. Вильчинской-Бутенко*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В КАДРОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

В статье рассматривается понятие HRM-систем, тенденции их развития в Российской Федерации, а также перечень основных проблем, блокирующих распространение информационных систем в кадровом менеджменте в РФ.

Ключевые слова: кадровый менеджмент, информационная система, управление человеческими ресурсами, HRIS

Julia A. Denisova

*The paper was written under scientific supervision
candidate of pedagogical sciences, associate professor
Marina E. Vilchinskaya-Butenko*

INFORMATION SYSTEMS IN PERSONNEL MANAGEMENT

The article considers the concept of HRM-systems, trends in their development in the Russian Federation, as well as a list of the main problems blocking the distribution of information systems in personnel management in the Russian Federation

Keywords: personnel management, information system, human resource management, HRIS

В наше время происходит активное развитие информационных технологий и роботизированных систем в различных сферах нашей жизнедеятельности. В России, как и в других развитых странах, стараются оптимизировать и автоматизировать производство. В компаниях

оборудуют компьютерные места для сотрудников, активно развивается компьютеризация и роботизация промышленного производства.

Работники сферы документооборота вот уже на протяжении десятилетия не представляют свою работу без персонального компьютера.

Но для ускорения процессов работы с документами наличия одних только компьютеров и человеческих единиц персонала недостаточно. Для ускорения информационных процессов обработки документации в организациях внедряются системы электронного документооборота.

Наряду с общим развитием электронного документооборота в Российской Федерации происходит также развитие одной из его частей – кадрового документооборота и кадрового менеджмента в целом. Кадровый менеджмент – это целенаправленная деятельность руководящего состава организации, руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, включая разработку концепции и стратегии кадровой политики, принципов и методов управления персоналом [1]. В сфере кадрового менеджмента также разрабатываются и вводятся системы электронного документооборота (СЭД) и базы данных *Human Resources Management*, или HRM-системы. HRM-системы – программы для управления человеческими ресурсами, направленные на обеспечение организации качественным персоналом, способным выполнять возложенные на него трудовые функции, и оптимальное его использование. Управление персоналом является неотъемлемой частью качественных систем управления организации [2], и один из основных рычагов современного управления человеческими ресурсами определяется как информационная система человеческих ресурсов (HRIS).

HRIS предоставляет руководству стратегические данные не

только при найме и удержании персонала, но и при объединении данных HRIS в крупномасштабную корпоративную стратегию. Данные, собранные из HRIS, предоставляют руководству инструмент для принятия решений. Благодаря надлежащему управлению персоналом фирмы могут выполнять расчеты, влияющие на бизнес в целом. Такие расчеты включают расходы на здравоохранение на одного сотрудника, выплаты вознаграждений в процентах от операционных расходов, затраты на найм, окупаемость обучения, текучесть кадров и затраты, время, необходимое для заполнения определенных рабочих мест, отдачу на вложенный человеческий капитал и добавленную человеческую ценность. Эти информационные системы повышают административную эффективность и создают отчеты, позволяющие улучшить процесс принятия решений.

К. Ковач с коллегами определили HRIS как систематическую процедуру для сбора, хранения, поддержки, извлечения и проверки данных, необходимых организации о ее человеческих ресурсах, деятельности персонала и характеристиках организационных единиц [3]. Кроме того, HRIS формирует интеграцию между управлением человеческими ресурсами (HRM) и информационными технологиями. Как и в случае с любой сложной организационной информационной системой, HRIS не ограничивается компьютерным оборудованием и программными приложениями, составляющими техническую часть системы, она также включает людей, политики, проце-

дуры и данные, необходимые для управления функцией *HR*.

На российском рынке, в отличие от западного, используют *HRM*-системы отечественных разработчиков, ведущим лидером среди которых является 1С, затем идут «Компас», «Галактика», «*Sap SE*», «Босс-Кадровик». Причиной такой ситуации на отечественном рынке стала проявившаяся в последние пять лет тенденция импортозамещения иностранного ПО в госкорпорациях, госорганах и компаниях с госучастием.

Несмотря на то, что рынок предлагаемых услуг по созданию облачных *HRM*-систем постоянно растёт, большинство российских предприятий до сих пор находятся на стадии ведения бумажного документооборота в кадровом менеджменте. Также множество организаций автоматизируют только некоторые процессы ведения документооборота.

Для нормального функционирования кадрового менеджмента в компании необходима установка современного ПО, что несет за собой как материальные затраты, так и обучение персонала работе с новыми программами. Аналитики компаний *SAP CIS* и *Deloitte* [4] оценили уровень автоматизации кадрового менеджмента в России на 2019 год: из 434 компаний 20,7 % до сих пор используют только бумажный документооборот в сфере *HR*, 67,5 % пользует

ются частичной автоматизацией и только 11,8 % используют полностью автоматизированные процессы ведения кадрового документооборота.

Основными проблемами развития *HRM*-систем в России являются:

- санкционная политика РФ в отношении других стран обуславливает переход с иностранного ПО на отечественные разработки части ранее введенного функционала [5]. Кроме того, неизбежно возникают издержки перехода, связанные с переходом от традиционного *HR* к *HRIS*, включая замедление, ошибки и другие последствия, связанные с изменением устаревших систем на интегрированные.;

- боязнь утечки данных;

- ручной ввод данных и необходимость работы по строгим правилам и четким регламентам [6];

- уровень осведомленности ответственных лиц. Во множестве компаний лица, ответственные за принятие решений, не полностью осведомлены об удобстве использования корпоративного ПО для развития *HR* [6].

- корпоративные затраты на внедрение ПО и информационных систем. Большинство компаний не желают вкладываться в развитие *HRM*-систем из-за их стоимости. В *таблице 1* представлена примерная стоимость программного обеспечения за одно рабочее место от различных разработчиков.

Т а б л и ц а 1. Стоимость ПО за одно рабочее место

Программное обеспечение	Срок	Стоимость	Пользователи
1С: Зарплата и кадры	0,5-2 года	1000-1500 у.е. (низкая стоимость лицензии и очень дорогое внедрение (1:7)) за одно рабочее место	Тысячи пользователей
АиТ: Управление персоналом	0,5-1 год	1000-2000 у.е. за одно рабочее место	«Норильский никель», «Седьмой Континент», «Дон Строй» (Москва) и др.
БОСС-Кадровик	От нескольких месяцев до 1 года	Стоимость лицензии от 750 до 1200 у.е.	«ЛУКОЙЛ», Судостроительный завод «Северная верфь», ТД «Копейка», «Росно», Сегежский ЦБК, «Петербург Транзит Телеком»
Галактика: Персонал (внедряется отдельно или в составе КИС «Галактика»)	Несколько месяцев	Лицензия – 750 у.е. Внедрение – 50- 150% к стоимости лицензии	АО «Металлург» (филиал), ОАО «Карелэнергоремонт», «Новая Эра», «Пикалевский глинозем» и др.
Компас: Управление персоналом	0,3-1 год	1000-2000 у.е. за одно рабочее место	ГУП «Гипротрансигналсвязь», Ижорские заводы, (внедряется отдельно или Ломоносовский фарфоровый завод, в составе КИС «Компас») «Первомайская заря» и др.
Монолит: Персонал (внедряется отдельно или в составе КИС «Монолит»)	От 3 месяцев	стоимость всего проекта 10000 у.е., включая консалтинг	Пивоваренная компания «Балтика», «Вена», «Электроматериалы», «Медполимер» и др.
Парус. Персонал (внедряется отдельно или в составе КИС «Парус»)	1-2 года	1500-3000 у.е. рабочее место	Комбинат «Добрынинский», НПФ «ВИНАР», АСТРИС, «Бартэкс Холдинг» и др.
MBS Ахарта Управление персоналом	1-2 года	3000-6000 у.е.	«Корус», «Элтехника», «Ленсвязь», Центральный телеграф и др.
Oracle Applications: Управление персоналом	3-5 лет	500 у.е. на сотрудника	Магнитогорский металлургический комбинат, РАО ЕЭС, «Шрея Корпорешнл», Кузбассэнерго и др.
SAP HR	3-5 лет	500 у.е. на сотрудника	ТНК, «Татнефть», JFC, «Энергомаш» и др.
Vaan HR& Payroll	3-5 лет	6000-8000 у.е.	«Ленэнерго», Автомобильный завод «Урал», «ЛАНИТ» и др.

По разным аналитическим данным, развитие этой области в России демонстрирует положительную динамику, и аналитики прогнозируют, что через 1-2 года компании адаптируются к установке новейшего ПО с дальнейшим распространением не только на ключевых специалистов, но и на весь персонал в целом. В последнее время функционал *HRM*-систем значительно расширился, и если изначально ПО внедрялось для автоматизации процесса выплаты заработной платы, то в наши дни возможности увеличены, и с каждым годом растут. Не каждый руководитель это понимает, небольшие организации, в частности, ИП привыкли работать по-старинке, закрепляя каждый документ на бумажном носителе [6]. Бумажный документооборот в наши дни отнимает много времени, а компьютеризированная функция *HRIS* обеспечивает более быстрое принятие решений, разработку, планирование и администрирование *HR*, поскольку данные намного проще хранить, обновлять, классифицировать и анализировать. Более того, хотя можно определить многие из соответствующих затрат (например, на программное обеспечение и оборудование), труднее количественно оценить нематериальные выгоды, которые могут быть получены от системы *HRIS*. Помимо снижения затрат и повышения производительности, *HRIS* потенциально и фундаментально влияет на каналы доходов, однако установить

прямые и объективные показатели получаемых выгод труднее.

На 2020 год уже закреплен Федеральный закон от 16.12.2019 N 439-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде», он регламентирует ведение трудовой книжки в электронном формате. Начало положено, в дальнейшем нас ждет развитие инноваций в сфере кадрового менеджмента в России, в частности, *HRIS*. *HRIS* как системы, поддерживающие функциональные приложения *HR*, такие как отбор и расстановка сотрудников, начисление заработной платы, управление пенсиями и льготами, прогнозы приема и обучения, позволяют быстро и качественно реализовывать ввод, обслуживание и вывод кадровой информации.

HRIS, таким образом, обеспечивает результативность и обеспечивает конкурентоспособность между фирмами. Тем не менее, наряду с преимуществами, существуют затраты на внедрение и обслуживание этих систем, например, стоимость оборудования и программного обеспечения, время и другие связанные расходы. Существует много предложений программного обеспечения, однако выбор зависит от решения пользователя. Следовательно, достоверность, надежность и полезность информации всегда должны быть стержнем для каждой реализации *HRIS*.

Литература

1. *Таланова, А. В.* Основные направления развития кадрового менеджмента в России. – Текст : электронный / А. В. Таланова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 1. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4423> (дата обращения: 07.06.2020).
2. *Войнова, Е. В.* Инновационные IT-технологии в управлении персоналом. – Текст : электронный / Е. В. Войнова // Научный журнал. 2016. №12 (13). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-it-tehnologii-v-upravlenii-personalom> (дата обращения: 13.06.2020).
3. Administrative and strategic advantages of HRIS. – Текст : электронный / К. А. Kovach, А. А. Hughes, P.Fagan, and P. G. Maggitti // Employment Relations Today. – 2002. – Vol. 29 No. 2. – P. 43-48.
4. Исследование SAP и «Делойт»: менее 3% HR-специалистов в России используют предиктивную аналитику и искусственный интеллект. 25.04.2019. – Текст : электронный – URL: https://www.cnews.ru/news/line/2019-04-25_issledovanie_sap_i_delojt_menee_3_hrspetsialistov (дата обращения 10.06.2020).
5. Российский рынок HRM-систем. – Текст : электронный // TAdviser HRM 2019. 08.10.2019. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_HRM-%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC (дата обращения 20.06.2020).
6. Проблемы автоматизации HRM. – Текст : электронный / И. Говядкин, С. Замковой, А. Жигулев, Е. Логинова, И. Якобсон // Управление персоналом. – 2008. – №15. – URL: <https://www.top-personal.ru/issue.html?1690> (дата обращения 20.06.2020).

ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА УЧАСТИЯ БИЗНЕСА В ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ

На основе сравнительно-правового метода проведен анализ действующих нормативных правовых актов Российской Федерации, устанавливающих порядок предоставления субсидий в целях возмещения части затрат по участию бизнеса в выставочно-ярмарочных мероприятиях. На основе аргументированных выводов предложено распространение данных практик среди административно-территориальных единиц РФ.

***Ключевые слова:** финансовая поддержка, субсидии, выставочно-ярмарочные мероприятия*

Tatyana N. Zakharchenko

FINANCIAL SUPPORT FOR BUSINESS PARTICIPATION IN EXHIBITION AND FAIR EVENTS

Based on the comparative legal method, the analysis of current regulatory legal acts in the Russian Federation that establish the procedures for granting subsidies in order to reimburse part of the costs of business participation in exhibitions and fairs is carried out. Based on the reasoned conclusions, it is proposed to distribute these practices among administrative-territorial units of the Russian Federation.

***Keywords:** Financial support, subsidies, exhibition and fair events*

Введение. Одной из проблем, с которыми сталкивается любой субъект предпринимательства, является поиск клиентов для сбыта продукции. В условиях нарастающей конкуренции эта проблема встает наиболее остро. В таких реалиях хозяйствующие субъекты вынуждены искать новые рынки сбыта. Решению этой задачи может способствовать их участие в различных выставочно-ярмарочных мероприятиях. Однако

данное участие связано с финансовыми затратами.

Для малых форм хозяйствования на селе, особенно тех, которые занимаются выращиванием рассады, саженцев участие в специализированных выставках-ярмарках, проводимых на территории выставочно-ярмарочных комплексов, позволяет наиболее эффективно с точки зрения временных затрат сбывать свою продукцию. Вместе с тем сдерживающим фактором для участия в

данных мероприятиях небольших сельхозтоваропроизводителей является цена участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях. В связи с этим актуальным становится оказание государством мер поддержки в целях стимулирования участия субъектов в выставочно-ярмарочных мероприятиях.

Методика исследования. Используя сравнительно-правовой метод, автором проведен анализ размещенных в сети Интернет в системе «КонсультантПлюс»: Пермский край» действующих нормативных правовых актов различных уровней власти, определяющих порядок предоставления мер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в виде субсидий в целях возмещения части затрат по их участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях (далее – порядок предоставления субсидий).

Результаты исследования. Из числа рассмотренных автором нормативных правовых актов установлены отдельные административно-территориальные единицы, в которых действующие порядки предоставления субсидий по условиям оказания поддержки наиболее благоприятны для вышеобозначенных сельхозтоваропроизводителей. К ним относятся:

1) г. Москва, где возмещают 50 % подтвержденных затрат на участие в соответствующих конгрессно-выставочных мероприятиях, включая аренду выставочной площади, оборудование и застройку стенда, регистрационный взнос. При этом за участие в мероприятиях, проводи-

мых на территории РФ, возмещают не более 350 тыс. рублей [7];

2) в г. Санкт-Петербург предусматривается возмещение 50 % произведенных затрат по аренде выставочных площадей и выставочного оборудования, регистрационному и маркетинговому сбору, за работы по монтажу, строительству и демонтажу стендов, командировочные расходы в части транспортных расходов и расходы по проживанию представителей субъектов МСП. При этом максимальный размер субсидии составляет 700 тыс. руб. [3];

3) в Ленинградской области возмещают аналогичные для г. Санкт-Петербург затраты, отличие состоит в том, что их размер возмещения составляет не более 90 % затрат, а также еще возмещаются затраты на транспортные расходы по доставке выставочных экспонатов и на производство презентационных материалов, буклетов [8];

4) в Новгородской области компенсируется 2/3 произведенных субъектом МСП затрат на участие в выставочных мероприятиях, но не более 50 тыс. рублей на одного такого субъекта в год. Исключением здесь составляют затраты на проезд к месту проведения таких мероприятий и обратно, наем жилых помещений и питание [5];

5) в Новосибирской области возмещают 50 % от затрат субъекта МСП по участию в ярмарках или выставках (в том числе: размещение на выставке (ярмарке), хранение экспонатов, использование выставочно-ярмарочного оборудования, регистрационный взнос, проезд представителей субъектов МСП к

месту проведения ярмарки (выставки), расходы по их проживанию), но не более 100,0 тыс. руб. [2];

6) в Хабаровском крае возмещают 100 % фактически произведенных затрат (в том числе: стоимость стандартного экспо-места выставочной площади (площадью 6 кв. м), регистрационный взнос), но не более 70 тыс. руб. на одного субъекта МСП [12];

7) в г. Чебоксары Чувашской республики возмещают 2/3 произведенных субъектами МСП затрат по участию в городских и региональных выставках–ярмарках. Исключения составляют расходы на проезд к месту проведения указанных мероприятий и обратно, найм жилых помещений и питание [11];

8) в г. Псков возмещается не более 70 % фактически произведенных затрат по участию в выставочных мероприятиях: на оплату аренды выставочных площадей и выставочного оборудования, регистрационного сбора. При этом максимальный размер субсидий составляет 15 тыс. руб. в год в расчете на одного субъекта МСП [1];

9) в г. Екатеринбург возмещают 50 % от фактически произведенных расходов (в том числе: на аренду выставочной площади (выставочного стенда), регистрационный сбор, на застройку выставочной площадки), но не более 150 тыс. руб. на одного субъекта МСП [9];

10) в Байкаловском муниципальном районе Свердловской области на возмещение части затрат за участие в выставках, ярмарках предоставляется лишь одна субсидия размером 35 тыс. руб. [6].

11) в Новоуральском городском округе Свердловской области компенсируется не более 50 % произведенных затрат по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях всероссийского, регионального, муниципального уровня. К таким затратам относят: аренду выставочной площади и прокат выставочного оборудования, застройку выставочной площади, регистрационный взнос, проезд до места проведения мероприятия и обратно, изготовление рекламной и маркетинговой продукции, но не более 50 тыс. руб. на одного субъекта МСП [10].

Что касается Пермского края, то лишь в одном его муниципальном образовании – Пермском муниципальном районе – возмещают до 80 % произведенных затрат по оплате аренды выставочных площадей нежилых зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, но не более 100 тыс. руб. на одного субъекта МСП в год [4].

В то же время в ряде субъектов РФ, например, в Тульской, Курской, Ярославской области, Удмуртской республике, а также в таких городах, как Владимир, Югра, Барнаул, Пенза субсидии на возмещение части затрат по участию в выставках предоставляются субъектам МСП, относящимся к сфере «Обрабатывающие производства», либо занимающимся экспортом.

Обсуждение результатов.

Таким образом, на наш взгляд, малое число административно-территориальных единиц РФ, за исключением отдельных городов, административных центров субъектов РФ, субъектов РФ, муниципалитетов, приняли нормативные

правовые акты, позволяющие оказывать субъектам МСП финансовую поддержку в виде субсидий в целях возмещения части затрат по их участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях.

При этом по объективным причинам не всеми видами вышеобозначенной поддержки могут воспользоваться малые формы сельхозтоваропроизводителей. К таким причинам можно отнести:

- несоответствие субъекта условиям предоставления субсидий (например, предоставление субсидий промышленным предприятиям, экспортерам и т. п.);

- неучастие малых форм хозяйствования на селе в выставках, ярмарках из-за отдаленности от места осуществления их предпринимательской деятельности до места проведения выставочно-ярмарочных мероприятий;

- отсутствие или наличие ограниченного числа представителей малых форм хозяйствования, осуществляющих деятельность по выращиванию рассады, саженцев в городах, которые могут стать потенциальными получателями данной поддержки.

В то же время на примере Пермского муниципального района Пермского края можно констатировать, что данный вид финансовой поддержки востребован субъектами МСП из числа сельхозтоваропроизводителей и сферы «Обрабатываю-

щие производства» несмотря на то, что при субсидировании возмещаются только затраты по аренде выставочных площадей (80 % от произведенных затрат). При этом заявители на предоставление данной субсидии из числа сельхозтоваропроизводителей – это малые формы хозяйствования на селе, которые занимаются выращиванием рассады, саженцев. Также оказываемая финансовая поддержка стимулирует субъектов МСП участвовать в выставочно-ярмарочных мероприятиях. Об этом свидетельствует факт увеличения объема расходов в среднем на одного субъекта МСП в год из числа получателей такой финансовой поддержки в Пермском муниципальном районе: в 2016 г. – 217,8 тыс. руб., в 2017 г. – 354,4 тыс. руб., в 2018 г. – 413,1 тыс. руб., в 2019 г. – 545,6 тыс. руб.

Заключение. Реализуемые практики финансовой поддержки в виде субсидий в целях возмещения части затрат по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях в ряде административно-территориальных единиц Российской Федерации могут быть распространены по другим территориям. Это позволит субъектам МСП через участие в выставках, ярмарках находить новые рынки сбыта своей продукции и тем самым повышать эффективность своей деятельности.

Литература

1. Завершается приём заявлений на субсидирование части затрат предпринимателей Пскова на участие в выставках // Псковская губерния. –

2019. – 18 ноября. – URL: <http://gubernia.media/news/zavershaetsya-priem-zayavleniy-na-subsidirovanie-chasti-zatrat-predprinimateley-ps/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

2. Новосибирский областной инновационный фонд. – URL: <https://fondnid.ru/support/kompensaciya-chasti-zatrat-na-uchastie-v-vystavkah-ili-yarmarkah>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 11.04.2019 № 210 "О порядке предоставления в 2019 году субсидий на поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге": . – URL: <http://docs.cntd.ru/document/554180732>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

4. Постановление администрации Пермского муниципального района от 19.10.2016 № 556 (с изм. от 10.11.2017) "Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства на возмещение части затрат на участие в выставках, ярмарках субъектов малого и среднего предпринимательства". – URL: <https://base.garant.ru/43057900/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

5. Постановление Правительства Новгородской области от 07.12.2018 № 581 (с изм. от 04.10.2019) "Об утверждении Порядка предоставления в 2018 - 2021 годах субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства на возмещение части затрат на участие в выставках, конференциях, ярмарках и иных мероприятиях, связанных с продвижением на региональные и международные рынки продукции, товаров и услуг". – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550267805>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

6. Постановление администрации муниципального образования Байкаловский муниципальный район Свердловской области от 10.10.2019 № 381 "Об утверждении Порядка предоставления субсидии в 2019 году субъектам малого и среднего предпринимательства на территории муниципального образования Байкаловский муниципальный район, в целях возмещения части затрат за участие в выставках, ярмарках, профессиональных конкурсах". – URL: <http://mobmr.ru/upload/files/docs/79he76HN5BZkN7EERzaFtAFYR.pdf><http://mobmr.ru/upload/files/docs/79he76HN5BZkN7EERzaFtAFYR.pdf>. - Загл. с экрана. – Текст : электронный.

7. Постановление Правительства Москвы от 18.04.2018. № 343-ПП "Об утверждении порядка предоставления субсидий из бюджета города Москвы в целях возмещения части затрат, связанных с участием в конгрессно-выставочных мероприятиях". – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/49526612/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

8. Постановление Правительства Ленинградской области от 11.11.2014 № 516 "Об утверждении порядка предоставления субъектам малого и среднего предпринимательства субсидий для возмещения части затрат, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях, в рамках государственной программы Ленинградской области «Стимулирование экономической активности Ленинградской области»". – URL: <http://www.813.ru/podderzhka/finansovaya/subsidii-predprinimateliam/vystavki-i-yarmarki-do-90-zatrat-na-uchastie/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

9. Постановление администрации города Екатеринбурга от 12.07.2016 № 1376 (с изм. от 30.07.2019) "Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий субъектам малого предпринимательства муниципального образования «город Екатеринбург» на возмещение части затрат, связанных с участием в международных, межрегиональных, всероссийских и зарубежных выставках-ярмарках". – URL: <http://docs.cntd.ru/document/429065220>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

10. Положение о порядке предоставления субсидий на компенсацию субъектам малого и среднего предпринимательства части расходов на участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях и деловых миссиях в 2018 году [Электронный ресурс]: решение Правления фонда «Новоуральский центр развития предпринимательства» от 15.05.2018 № 34. – URL: https://www.fond44.ru/images/instruments/files/subsidii/Vistavki/2018/Polojenie_vistavki_2018-.pdf. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

11. Постановление администрации города Чебоксары от 28.10.2008 № 248 "Порядок возмещения субъектам малого и среднего предпринимательства затрат на участие в городских и региональных выставках-ярмарках". – URL: <https://base.garant.ru/17537535/f7ee959fd36b5699076b35abf4f52c5c/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

12. Предоставление субсидий на возмещение части затрат, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях за счет средств краевого бюджета // Малый бизнес Комсомольска-на-Амуре [сайт]. – URL: <https://mbk.kmscity.ru/contest/subsidii-krai/>. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

*Е. Д. Ковина
В. Е. Ковалев*

ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ И НЕТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ

В статье рассматриваются основные инструменты таможенного тарифного и нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности в Евразийском экономическом союзе. Автором статьи представлена классификация мер таможенного регулирования, подробно рассмотрены виды таможенных пошлин. Также описаны цели и последствия осуществления таможенной политики в рамках ЕАЭС.

Ключевые слова: *Евразийский экономический союз, таможенно-тарифное и нетарифное регулирование, таможенные платежи, таможенная пошлина*

*Ekaterina D. Kovina
Viktor E. Kovalev*

CUSTOMS TARIFF AND NON-TARIFF REGULATION OF FOREIGN TRADE IN EURASIAN ECONOMIC UNION

The article discusses the main customs tariff and non-tariff regulation tools applied in the Eurasian Economic Union. The author of the article illustrates a classification of customs regulation measures, goes into the details of trade tariff types. Moreover, the paper presents purposes and consequences of the customs policy in the EAEU.

Keywords: *Eurasian Economic Union, customs tariff and non-tariff regulation, customs duties, trade tariff*

На территории Евразийского экономического союза (ЕАЭС) осуществляется таможенное тарифное и нетарифное регулирование, главной целью которого является развитие и усиление преимуществ экономической интеграции, а также снижение

рисков в условиях отсутствия таможенных барьеров между территориями стран-участниц Союза. Таможенное регулирование представляет собой порядок и правила регулирования таможенных процессов, порядок перемещения товаров через та-

моженную границу ЕАЭС, что подразумевает осуществление ряда мер с помощью инструментов регулирования ВЭД государственными органами [3]. Содержание данного понятия закреплено в Федеральном законе от 03.08.2018 № 289-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

В системе регулирования внешнеторговой деятельности таможенное регулирование занимает ключевую позицию и представляет собой сложную структуру, которая

состоит из нескольких уровней (ил. 1).

Посредством соблюдения установленных правил тарифно-таможенного контроля достигаются следующие цели: реализуется защита внутреннего рынка стран-членов ЕАЭС (защита экономических интересов граждан страны, отечественных производителей), стимулируется развитие национальной экономики, осуществляется контроль экспорта стратегически важных товаров (защита интеллектуальной собственности, редких ресурсов), выполняется фискальная функция и др. [10, с. 90].



Ил. 1. Таможенно-тарифное регулирование в системе контроля ВЭД ¹

¹ Составлено авторами по: [3; 9].

В качестве инструментов таможенного тарифного регулирования выделяют:

- таможенные тарифы: ставки ввозных и вывозных таможенных пошлин, которые определяются на основе единой Товарной номенклатуры ВЭД ЕАЭС (ТН ВЭД ЕАЭС);
- тарифные льготы и преференции;
- тарифные квоты.

В качестве правовой основы таможенно-тарифного регулирования выступают Закон РФ «О таможенном тарифе», принятый 21.05.1993, Таможенный кодекс Евразийского экономического союза и другие законодательные и нормативные акты. Когда участники ВЭД задействованы в процессе перемещения товаров через границу ЕАЭС, они обязаны уплачивать таможенные платежи, которые включают в себя ввозную или вывозную таможенные пошлины, НДС, таможенные сборы, а также в некоторых случаях – акциз.

В качестве основы для расчетов таможенных платежей выступает таможенная стоимость товаров. На таможенную стоимость напрямую оказывает влияние единый таможенный тариф ЕАЭС (ЕТТ ЕАЭС), состоящий из свода ставок импортных таможенных пошлин, которые применяются к продукции, ввозимой из стран, не входящих в ЕАЭС, и систематизированный согласно единой ТН ВЭД ЕАЭС [6, с. 52].

Далее рассмотрим каждую из составных частей совокупного таможенного платежа в отдельности. Таможенная пошлина – это платеж, который взимается таможенными органами при ввозе или вывозе товаров с таможенной территории ЕАЭС. Стоит отметить, что существует множество классификаций таможенных пошлин. Ниже приведены различные виды таможенных пошлин в зависимости от выбора критерия (табл. 1).

Т а б л и ц а 1. Классификация типов таможенных пошлин¹

Критерий	Тип пошлины	Определение
По объекту взимания	Импортные (ввозные)	Взимаются при импорте, выпуске товаров для свободного обращения внутри страны
	Экспортные (вывозные)	Взимаются при вывозе товаров с таможенной территории ЕАЭС
	Транзитные	Накладываются на товары, которые перевозятся транзитом по территории ЕАЭС
По способу исчисления	Адвалорные	Устанавливаются в процентах к таможенной стоимости товара
	Специфические	Устанавливается в валютном выражении за единицу товара. В качестве физических характеристик может быть взято количество, масса, объем и др.

¹ Составлено авторами по: [1; 5; 8; 11].

Критерий	Тип пошлины	Определение
	Комбинированные	Объединяет адвалорные и специфические пошлины. В таком случае пошлина рассчитывается двумя способами, в итоге выбирается наибольшая из величин
По характеру	Сезонные	Связаны с ценами на сельскохозяйственные продукты, которые устанавливаются в соответствии с временем года.
	Антидемпинговые	Применяются, если на таможенную территорию ЕАЭС ввозятся товары, чья стоимость значительно ниже, чем нормальная мировая стоимость или цена внутри Союза
	Компенсационные	Применяются, если ввозятся товары, при производстве которых применялись субсидии, также должно быть установлено, что они могут причинить материальный ущерб экономике государства
	Специальные	Применяются по отношению к товарам, ввозимым в количестве и на условиях, которые могут нанести ущерб развитию экономики.
По стране происхождения	Преференциальные (льготные)	Представляют собой 75% от базовых ставок пошлин для товаров, происходящих из развивающихся стран. Нулевая ставка - для товаров из наименее развитых стран
	Максимальные	Используются в случае, если страна происхождения товара не установлена. Данный тип пошлины имеет вид двойной базовой ставки

Одним из элементов функционирования ЕАЭС как раз является перераспределение таможенных пошлин между странами-участницами Союза. Распределению подлежат ввозная, специальная, защитная и антидемпинговая пошлины. Размер суммы, направляемой в бюджет стран-членов, определяется из расчета объемов декларирования каждого из государств: Российская Федерация – 85,065 %, Республика Казахстан – 6,955 %, Республика Беларусь – 4,860 %, Кыргызская Республика – 1,900 %, Республика Армения – 1,220 % [13].

Регулирование импорта в ЕАЭС также обеспечивается посредством налогового обложения: взимания НДС и акцизов. Под акцизными сборами понимают косвенные налоги, которыми облагается продукция, потенциально опасная или вредная для здоровья потребителя или для окружающей среды. Данные сборы направлены на то, чтобы увеличить конечную стоимость товара, и, таким образом, снизить спрос на данный вид товаров. К такой продукции относят алкоголь, табачные изделия, минеральное топливо и различные энергоносители. Налогооблагаемая база для расчета акциза включает в

себя таможенную стоимость продукции и таможенную пошлину.

Налог на добавленную стоимость применяется на всех этапах производства товаров или услуг и взимается с конечного потребителя. В качестве налогооблагаемой базы рассматривается сумма таможенной стоимости товара, таможенной пошлины и акциза (только в случаях с товарами, облагаемыми акцизом). В основном применяется базовая ставка НДС в размере 20 %. Ставка 10 % используется при импорте некоторых продовольственных товаров, детских товаров, периодических печатных изданий и медицинских товаров. При экспорте товаров применяется ставка 0 % [4, с. 80].

Резюмируя вышеизложенное, следует признать, что, несмотря на сложную систему расчетов таможенных платежей, наличие разного размера ставок НДС, акцизов и таможенных пошлин, она достаточно четко регламентирована. Это позволяет участнику ВЭД самостоятельно производить расчеты с целью декларирования и перемещения товаров.

Последний составной элемент таможенных платежей – это таможенный сбор, который взимается таможенными органами в процессе выпуска товаров, таможенного сопровождения и хранения товаров. Он установлен особым порядком в соответствии со ст. 47 Таможенного кодекса ЕАЭС и регулируется национальными законодательствами государств. Самое большое количество таможенных сборов зафиксировано в Белоруссии, что обусловлено строгим государственным регулированием таможенных процессов в це-

лях пополнения государственного бюджета.

Но при этом стоит отметить, что уплата таможенных платежей не всегда является непременным условием осуществления таможенной деятельности. Существует ряд льготных таможенных процедур, в процессе которых декларант не должен уплачивать таможенную пошлину, налоги, сборы. Таможенная процедура представляет собой комплекс норм, которые определяют требования и условия пользования товарами на таможенной территории ЕАЭС или за ее границами для таможенных целей [2]. Среди всего спектра таможенных процедур большинство из них носит льготный характер: таможенный транзит, таможенный склад, переработка на / вне таможенной территории, временный ввоз / вывоз, уничтожение, отказ в пользу государства и др. Основную роль в формировании государственного бюджета играют такие таможенные процедуры, как выпуск для внутреннего потребления и экспорт, т. к. они облагаются таможенными платежами в обязательном порядке.

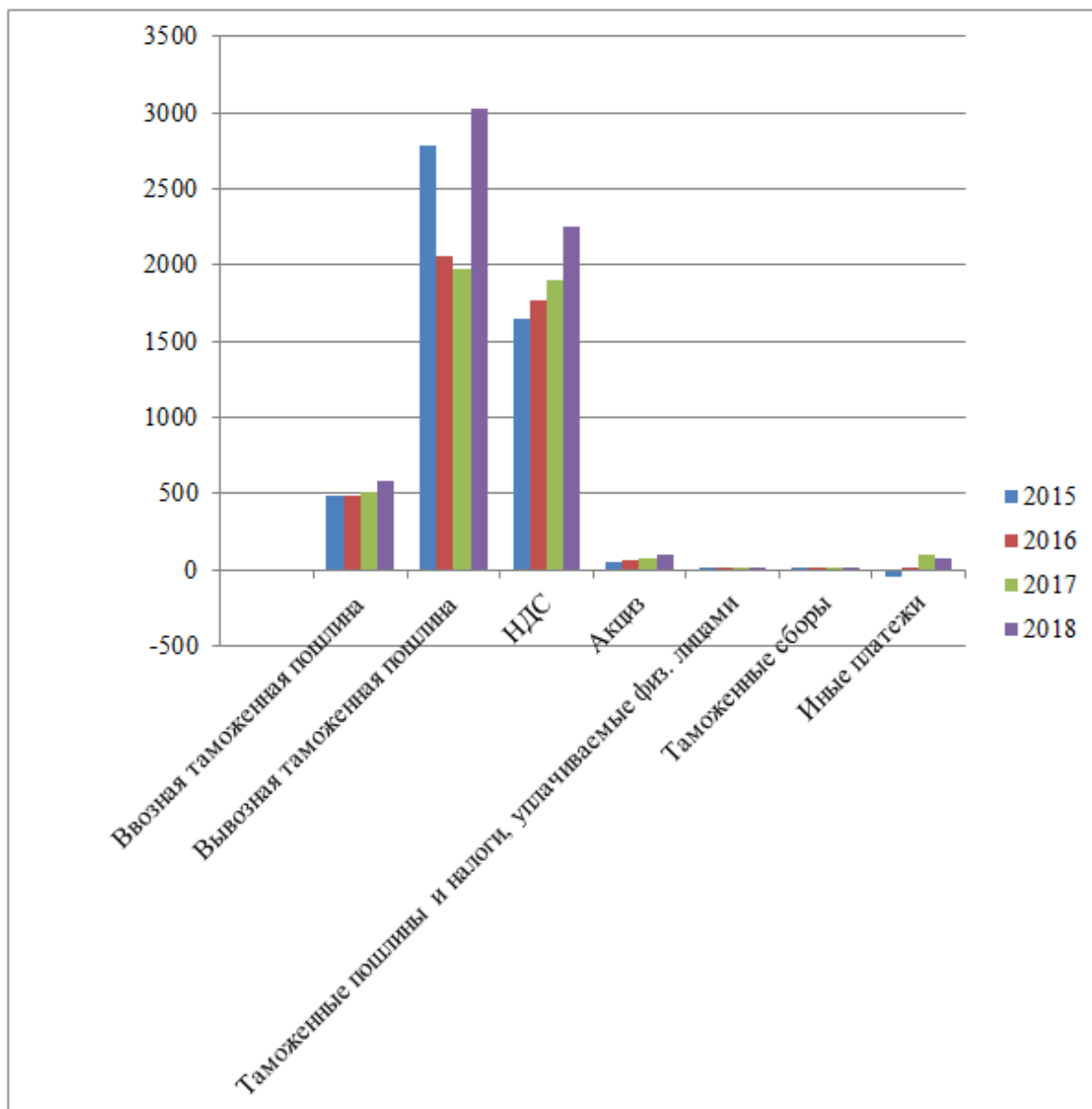
По мере того, как развивались внешнеэкономические отношения РФ с другими странами, постепенно появилась необходимость в применении нетарифных мер таможенного регулирования, в первую очередь, с целью защиты внутреннего рынка от разного рода воздействий. К нетарифным мерам таможенного регулирования относят все действия, кроме применения таможенных тарифов, которые направлены на ограничение свободного перемещения товаров через таможенную границу [5, с. 18].

Как правило, принято различать следующие виды нетарифных мер: нетарифные ограничения, специально дополняющие таможенные пошлины и побочные (скрытые) ограничения. Первая категория нетарифных мер включает в себя квоты, лицензии, запреты и др. Побочные или скрытые нетарифные меры являются инструментами внутренней экономической политики, которые используются для защиты внутреннего рынка. Среди них выделяют технические стандарты, субсидии, санитарные нормы, административные формальности и пр. [7, с. 11]. На данный момент нет единой классификационной системы таможенных запретов и ограничений, что, в конечном счете, усложняет работу таможенных органов и деятельность участников ВЭД касательно декларирования товаров.

Таким образом, представляется возможным заключить, что тарифные и нетарифные методы таможенного регулирования необходимы для выполнения следующих функций: фискальной, протекционистской и балансирующей. Таможенные платежи, как одна из мер тарифного регулирования, являются сложным, многосоставным инструментом и включают в себя ряд платежных

обязательств, которые напрямую зависят от того, каким образом классифицирован декларируемый товар, из какой страны он ввозится, а также от условий поставки согласно Инкотермс-2020.

Основную часть доходов федерального бюджета (около 30-40 %) обеспечивают выгодные таможенные пошлины [8]. Поэтому среди всех перечисленных функций таможенного регулирования наиболее важной является фискальная функция. Выполняя функцию налогообложения, таможенная служба обеспечивает поступление денежных средств в бюджет государства в результате взыскания таможенных платежей. При этом стоит заметить, что во многих случаях таможенный тариф обладает не только фискальной функцией, но в то же время и протекционистской, ограничивая ввоз товаров, которые препятствуют развитию внутреннего рынка ЕАЭС. В подтверждение вышесказанного приведем статистику взимания таможенных платежей федеральной таможенной службой. Ниже представлена динамика изменения суммы денежных средств, поступивших в бюджет страны благодаря работе таможенной службы РФ в период с 2015 г. по 2018 г. (ил. 2).



Ил. 2. Доходы федерального бюджета за счет поступления таможенных платежей за 2015-2018 гг., млрд. рублей¹

¹ Составлено авторами по: [12].

Бесспорно, существует широкий ряд преимуществ участия в ЕАЭС. В первую очередь, к ним можно отнести повышение конкурентоспособности экономики стран на мировом рынке, значительное улучшение транспортной инфраструктуры, привлечение инвестиций и др. Но, с другой стороны, до сих пор существуют значительные недо-

работки в сфере таможенно-тарифного регулирования в рамках ЕАЭС. Единая ТН ВЭД ЕАЭС, ЕТТ ЕАЭС, порядок взимания налогов, определение мер нетарифного регулирования требуют существенной модернизации и унификации, а также закрепления в регулирующих документах ЕЭК.

Литература

1. Единый таможенный тариф Евразийского экономического союза // Евразийская экономическая комиссия [сайт]. – Текст : электронный. – URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/catr/ett/Pages/default.aspx>, свободный (дата обращения 20.06.2020).

2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза : приложение N 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза. – Текст : электронный // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/, свободный (дата обращения 20.06.2020).

3. Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Альта-Софт [сайт]. – URL: <https://www.altaru.ru/tamdoc/18fz0289/>, свободный (дата обращения 20.06.2020).

4. *Алексеева, Т. О.* Таможенные платежи в Евразийском Экономическом союзе: проблемы унификации и гармонизации законодательства / Т. О. Алексеева. – Текст : непосредственный // Финансы и кредит. – 2017. – Т. 23, вып. 2. – С. 78–88.

5. *Дробот, Е. В.* Проблемы и перспективы развития механизма «единого окна» в рамках Евразийского экономического союза / Е. В. Дробот, Д. В. Репин, М. В. Самик. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы таможенного регулирования в условиях интеграции России в Евразийский экономический союз и членства в ВТО : сб. докладов круглого стола. – Выборг : Выборгский филиал РАНХиГС, 2015. – 48 с.

6. *Кауфман, М. А.* Применение инструментов таможенно-тарифной политики в государственном регулировании продовольственного рынка / М. А. Кауфман. – Москва, РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2006. – 163, [1] с. – ISBN 5-9675-0079-0. – Текст : непосредственный.

7. *Кузьмова, Ю. С.* Таможенные правоотношения и нормы таможенного права таможенного союза : учеб. пособие для студентов дневного отделения спец. (036401) «Таможенное дело». Ч. 1. Нетарифное регулирование /

Ю. С. Кузьмова, Н. А. Степура ; С.-Петерб. нац. исслед. ун-т информ. технологий, механики и оптики (Ун-т ИТМО). – Санкт-Петербург : СПбГУ ИТМО, 2011. – Доступен в Интернете для зарегистрированных пользователей. – URL: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/&id=65336> (дата обращения 11.06.2020) – Текст : электронный.

8. Налоговые и таможенные платежи: учебн. пособие для студентов вуза, обучающихся по направлениям подготовки 38.05.01 – Экономическая безопасность, 38.05.02 – Таможенное дело / И. А. Майбуров, Е. В. Ядренникова, В. Н. Загвоздина, Ю. В. Леонтьева, А. В. Лазуренко, Е. Б. Мишина ; науч. редактор И. А. Майбуров. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 188 с. – ISBN 978-5-7996-2097-4. – Текст : непосредственный.

9. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью предприятия : учебн. пособие : [в 2 ч.] / [Е. Н. Борисова [и др.] ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Издательство УрГЭУ], 2014–2015. – Ч. 2. – 2015. – 208 с. – Текст : непосредственный.

10. *Сидоров, В. Н.* Таможенное право : учебник для академического бакалавриата / В. Н. Сидоров. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Изд-во Юрайт, 2015. – 512 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-4379-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/383420> (дата обращения: 15.06.2020).

11. *Шишков, Ю. В.* Формирование европейского экономического пространства / Ю. В. Шишков // Заглядывая в 21-й век: ЕС и СНГ. – Москва: Интердиалект+, 1998. – 324 с. – Текст : непосредственный.

12. Взимание таможенных платежей, таможенно-тарифное регулирование внешнеторговой деятельности ФТС в 2015 г. – Текст : электронный // Customs Online [сайт]. – URL: <http://customsonline.ru/3797-vzimanie-tamozhennyh-platezhey-tamozhenno-tarifnoe-regulirovanie-vneshnetorgovoy-deyatelnosti-fts-v-2015-g.html>, свободный (дата обращения: 15.06.2020).

13. Члены ВЕЭС согласовали размеры нормативов распределения сумм ввозных таможенных пошлин // Евразийская экономическая комиссия [сайт]. – Текст : электронный. – URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/02-10-2019-5.aspx>, свободный (дата обращения: 15.06.2020).

*Ю. А. Наливайко
Н. А. Денисова*

МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЯ ОБЪЁМА ПИЛО– И ЛЕСОМАТЕРИАЛОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАСЧЕТ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

В статье рассматриваются методики измерения объема пило- и лесоматериалов, установленные национальным законодательством России и их влияние на исчисление и уплату таможенных платежей. Анализируются главные факторы, влияющие на недостоверное декларирование пило- и лесоматериалов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС, а также предлагаются возможные пути решения возникающих в связи с этим проблем.

***Ключевые слова:** таможенный контроль, недостоверное декларирование, методики измерения пиломатериалов, экспорт леса*

*Julia A. Nalivaiko
Natalia A. Denisova*

METHODS FOR MEASURING THE VOLUME OF SAW AND FORESTRY AND THEIR INFLUENCE ON CALCULATION OF CUSTOMS PAYMENTS

This article discusses the methodology for measuring the volume of sawn and timber, established by the national legislation of Russia and their impact on the calculation and payment of customs duties. The main problems that affect the false declaration of sawn and timber moving across the customs border of the EAEU are analyzed, and possible solutions are proposed.

***Keywords:** customs control, inaccurate declaration, methods for measuring lumber, timber export*

Контроль пило- и лесоматериалов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС на протяжении многих лет, является одной из главных проблем как таможенного, так и государственного регулирования. Правильная идентификация лесоматериалов с присвоением достоверного кода ТН ВЭД ЕАЭС, измерение и их учет является сложной и трудоемкой задачей. В связи с этим, уча-

стники ВЭД достаточно часто осуществляют недостоверное декларирование, что также влияет на расчет таможенных платежей и неполную уплату необходимой суммы в государственный бюджет.

Соответственно, общественная опасность такого преступления основывается на создании условий для нелегальной заготовки и продажи древесины отдельно взятыми гражд-

данами и коммерческими организациями. Вырубка лесных площадей производится огромными объемами, что приносит крупную прибыль недобросовестным преступным объединениям, в ту же очередь наносится колоссальный экономический и экологический вред Сибирскому, Дальневосточному, Северо-Западному и другим федеральным округам, богатым лесными ресурсами.

Анализируя статистику правоохранительной деятельности, можно отметить, что количество правонарушений, связанных с перемещением лесоматериалов, увеличивается, в том числе в части недекларирования или недостоверного декларирования товаров, показывая актуальность изучения данного вопроса (табл. 1) [1].

Т а б л и ц а 1. Правоохранительная деятельность ФТС России за 2017 – 2019 гг.

Год	2017	2018	2019
Всего возбуждено уголовных дел	2 103	2 054	2 483
Возбуждено уголовных дел по факту незаконного перемещения леса и лесоматериалов	178	171	206
Возбуждено дел об АП (в т. ч. древесина и изделия из нее)	119 327	143 148	150 968

Анализ судебной практики по привлечению участников ВЭД к административной ответственности по делам, связанным с экспортом товаров ЛПК, позволяет выделить две нормы, по которым чаще всего совершаются правонарушения, с которыми сталкиваются таможенные органы:

1) ст. 16.2 КоАП РФ – недекларирование либо недостоверное декларирование товаров;

2) ст. 16.3 КоАП РФ – несоблюдение запретов или ограничений на ввоз / вывоз товаров.

При этом основные проблемы недостоверного декларирования пиломатериалов и лесоматериалов заключаются в следующем:

1) невозможность корректной идентификации кода товарной номенклатуры внешнеэкономической

деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС);

2) выбор методов измерения пиломатериалов (учет порога погрешности);

3) использование Технических средств таможенного контроля (ТСТК) в целях таможенного контроля леса не всегда является эффективным по ряду причин, среди которых сложность в настройке оборудования и множество факторов, не позволяющих определить породу перемещаемых деревьев.

Как обозначалось ранее, одной из наиболее сложных задач является определение объема вывозимых лесоматериалов. Согласно установленным правилам при экспорте леса, в 31 графе ДТ обязательно указывается объем лесоматериалов, более того, необходимо предоставить дан-

ные как с учетом номинальной длины и без учета коры, так и с учетом фактической длины и с учетом коры. Измерение объема произво-

дится при использовании одной из четырёх установленных методик измерения, представленных в *таблице 2* [2].

Таблица 2. Характеристика методов измерения лесоматериалов

Название метода	Нормативно-правовой документ	Особенности метода	Возможная погрешность
ФР.1.27.2011.10629 (Метод концевых сечений)	ГОСТ 32594-2013 «Лесоматериалы круглые. Методы измерений»	Используется при измерении лесоматериалов, если количество партии более одного бревна	0,95, но не должна превышать значений, указанных в таблице, установленной для данного метода
ФР.1.27.2011.10630 (Метод срединного сечения)		Может использоваться только при количестве, превышающем 50 штук в партии	0,95, но не превышает $\pm 6\%$
ФР.1.27.2011.10631 (Использование таблиц объемов)		Метод используется для поштучного измерения бревен в партии	0,95, но не должна превышать $\pm 8\%$
ФР.1.27.2011.10632 (Геометрический штабельный метод)		Используется для расчета каждого штабеля в партии	0,95, но не должна превышать значений, указанных в таблице, установленной для данного метода

Необходимо отметить, что каждый метод измерения имеет своё пороговое значение погрешности. Среди перечисленных методик наиболее достоверными являются ФР.1.27.2011.10629 и ФР.1.27.2011.10630, но, несмотря на это, их можно назвать и самыми сложными в связи с необходимостью большого количества расчетов, вычислений и замеров. Соответственно, чаще всего используется метод ФР.1.27.2011.10631, у которого

погрешность значительно выше перечисленных методик.

Помимо этого, много споров возникает при исчислении экспортной таможенной пошлины с фактического количества вывозимого леса. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 30.08.2013 N 754 «Об утверждении ставок вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации», на экспортируемые пиломатериалы товарной

позиции 4403 за исключением нескольких случаев установлена комбинированная ставка. Производится расчет как адвалорной, так и специфической части, но в отношении специфической части происходит учет неудаленной коры, т. е. непригодного для использования материала, который повышает сумму уплачиваемых таможенных платежей. Участники ВЭД не согласны с установленной нормой, поскольку государство продает древесину по ставкам, установленным постановлениями Правительства России для объема без учета коры, также как и в отношении круглых лесоматериалов на внутреннем рынке.

Не менее значимым является порядок контроля таможенной стоимости (*далее – ТС*) экспортируемых лесоматериалов. Несмотря на то, что Правительство России осуществляет порядок определения ТС, отсутствует закрепленная нормативно-правовая база, которая бы регулировала данный порядок. В связи с этим возникают случаи невозврата экспортной выручки при указании заниженной таможенной стоимости пило- и лесоматериалов на территорию нашей страны.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что несоблюдение таможенного и государственного законодательства при перемещении лесоматериалов, в первую очередь, связано с недостаточно эффективными нормативно-правовыми документами и мерами таможенного контроля. Тем не менее, Федеральные органы исполнительной власти РФ и иные государственные органы с каждым годом внедряют новые способы отслежи-

вания и контроля лесозаготовок, а также учет и их контроль при экспорте, но данная система остается неэффективной в связи со множеством факторов, в частности [3, с. 124]:

1) существующие меры измерения допускают высокий процент погрешности, осложняя контроль количественных характеристик лесоматериалов;

2) невозможность в полной мере использовать имеющиеся ТСТК при досмотре в связи с устаревшей техникой на таможенном посту или ограниченность использования ТСТК в связи с необходимостью предоставления достаточных условий для их использования;

3) отсутствует закрепленная нормативно-правовая база, которая регулирует порядок определения ТС экспортируемых товаров, а также исчисления экспортной таможенной пошлины с фактического количества леса, заявленного к экспорту с учетом коры и без.

Таким образом, необходимо пересмотреть существующие методики измерения лесоматериалов и рассмотреть введение новой методики, которая основывается на осуществлении группового метода измерения для определения объёма лесоматериалов.

Данная задача невозможна без внедрения новых ТСТК [4]. Например, чаще всего на таможенном посту при таможенном контроле используется лесная вилка *Codimex*, которая по своим характеристикам значительно хуже, чем лазерная мерная вилка модели *Digitech Pro One*, или еще более усовершенствованная электронная вилка *Masser Racal 500*. Получается, что, исполь-

зую обычную мерную вилку, погрешность будет соизмерима с человеческим фактором, в отличие от электронной вилки, где погрешность

составляет ± 1 мм, поскольку расчет идет автоматически в электронной форме за считанное количество секунд (табл. 3) [5, с. 28].

Таблица 3. Сравнительные параметры лесных измерительных вилок

Модель	Вилка лесная Codimex (механический расчет)	Лазерный указатель Gator Eyes, Haglof (электронный расчёт)	Лазерные мерные вилки, модель вилки Digitech Pro One (электронный расчёт)	Электронная вилка Masser Racal 500 (электронный расчёт)
Предназначение	Позволяет ручную измерить диаметр бревен	Измерение диаметра бревен на расстоянии	Измерение диаметра бревен с предоставлением данных в электронном виде	
Цена	230 – 300 руб.	14 000 – 14 520 руб.	от 41 000 руб.	130 000 - 200 000 руб.
Продажа в России при оптовой закупке	Есть возможность заказа в России	Только на заказ из Европы	Только на заказ из Европы	Только на заказ из Европы
Техническое обслуживание	Не проводится	Проводится	Проводится	Проводится
Время работы	Не ограничено	8 часов	8 часов	220 часов без подзарядки
Погрешность измерений	Человеческий фактор	± 5 мм	± 5 мм	± 1 мм
Производитель	Польша	Швеция	Швеция	Финляндия

Соответственно, данная методика позволит реализовать один подход при определении количественных и качественных показателей лесоматериалов.

За основу разработки данной методики можно взять и метод автоматической системы сканирования транспортных средств, которые перевозят лесоматериалы. Такая система, основанная на лазерном сканировании и последующем математическом расчете объема лесоматериалов, уже работает в зарубежных

странах, например, в Финляндии и Швеции.

Также еще одним шагом при решении данной проблемы и повышении показателей таможенной проверки может стать использование метода идентификации породы древесины с помощью ультрафиолетового излучения. Некоторые ценные и редкие породы древесины люминесцируют под воздействием ультрафиолетового излучения, такие как венге, фисташковое и красное дерево [6, с. 78]. Такой метод может дополнить таблицы с образцами све-

чения породы и в дальнейшем идентифицировать её при таможенном контроле.

Данные, по итогу автоматических расчетов, будет возможно использовать в дальнейшем при обмене с таможенными органами стран-импортеров пило- и лесоматериалов, для повышения качества работы правоохранительных органов.

Использование единой методики станет эффективным средством при таможенном контроле, что позволит снизить временные издержки и остановить правовые разногласия между таможенными органами и участниками ВЭД.

Необходимо также рассмотреть создание нормативно-правового акта, который будет включать определение качественных характеристик перемещаемых пило- и лесоматериалов. В данном документе необходимо закрепить нормы допуска

пороков древесины для разных сортов пиломатериалов, установить различные показатели отклонения для разных сортов древесины, такие как пористость, усушка, растрескивание и т. д. при учете разных регионов произрастания и другие немаловажные характеристики.

В заключение стоит отметить, что внесение поправок в нормативно-правовую базу, создание единой системы комплексного измерения с использованием современных ТСТК позволит существенно оптимизировать осуществление таможенного и государственного контроля при перемещении пило- и лесоматериалов. Данные меры позволят с минимальными погрешностями, быстро проводить измерение и учет лесоматериалов для последующего определения сумм таможенных платежей в целях их полной уплаты в государственный бюджет.

Литература

1. Федеральная таможенная служба Российской Федерации: официальный сайт. – Москва – URL: <http://customs.ru>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 12.05.2020). – Текст : электронный.
2. ГОСТ 32594-2013 «Лесоматериалы круглые. Методы измерений». Москва: Стандартинформ, 2014. – URL: <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293774/4293774415.pdf> – Загл. с экрана (дата обращения: 12.05.2020). – Текст : электронный.
3. *Наливайко, Ю. А.* Особенности использования технического средства ППИ «Кедр-М» при осуществлении таможенного контроля – Текст : непосредственный / Ю. А. Наливайко // Студенческий вестник: научный журнал. – 2019. – № 26 (76). – С. 124–125.
4. Приказ Минфина России от 01.03.2019 N 33н «Об утверждении перечня технических средств таможенного контроля, используемых при проведении таможенного контроля» // СПС «Консультант Плюс». – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_324453/ (дата обращения 12.05.2020). – Текст : электронный.

5. Денисова, Н.А. Проблемные вопросы использования технических средств таможенного контроля при перемещении пиломатериалов и лесоматериалов через таможенную границу ЕАЭС / Н.А. Денисова // Бюллетень инновационных технологий. – 2019. – №3 (11). – С. 38–40. – URL: <https://bitjournal.ru/index.php/BIT/article/view/118/211> (дата обращения: 03.04.2020). – Текст : электронный.

6. Афонин, Д. Н. Информационно-техническое обеспечение идентификации ценных пород древесины при таможенном контроле / Д. Н. Афонин // Бюллетень инновационных технологий. – 2020. – № 1 (13). – С. 78–80. – URL: <https://bitjournal.ru/index.php/BIT/article/view/153/248> (дата обращения: 01.05.2020). – Текст : электронный.

**А. Б. Песоцкий
Е. А. Макаренко**

СКОРИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ В ИМУЩЕСТВЕННОМ СТРАХОВАНИИ

В статье рассматривается эффективное внедрение в страховании имущества и грузов скоринговых систем на базе автоматизированной системы машинного обучения для оценки рисков. Рассматриваются основные задачи, которые помогают решать скоринговые системы с искусственным интеллектом, исследуются источники наполнения их входными данными и результаты, которые должна получать на выходе страховая организация. Рассмотрены основные характеристики скоринговых систем и возможность их масштабирования как на другие виды в области страхования, так и на другие смежные со страхованием сферы.

Ключевые слова: андеррайтинг, интеллектуальные системы, искусственный интеллект, мошенничество, скоринг, страхование, риски

**Alexej B. Pesockij
Evgenii A. Makarenko**

SCORING AS AN ELEMENT OF THE MODERN SYSTEM FOR ASSESSING RISKS IN PROPERTY INSURANCE

The article discusses the effective implementation of scoring systems in property and cargo insurance based on an automated machine learning system for risk assessment. The main tasks that can help solve scoring systems with artificial intelligence are examined, the sources of filling them with the input data and the results that the insurance organization should receive at the output are investigated. The main characteristics of scoring systems and the possibility of their scaling both to other types in insurance and to other areas related to insurance are considered.

Keywords: underwriting, intelligent systems, artificial intelligence, fraud, scoring, insurance, risks

Страхование как система защиты имущественных интересов граждан, организаций и государства является необходимым элементом

современного общества. Оно обеспечивает гарантии восстановления нарушенных имущественных интересов в случае природных и техногенных

катастроф, а также иных непредвиденных явлений. В мире страхование позволяет не только возмещать понесенные убытки, но и является одним из наиболее стабильных источников финансовых ресурсов для инвестиций. Андеррайтинг и механизм урегулирования убытков являются мероприятиями, влияющими на результативность деятельности страховой компании в целом. Андеррайтинг – это действия, направленные на определение степени отклонения риска от среднестатистического в целях обеспечения возможности предложения страховой услуги по параметрам договора, удовлетворяющим как страховщика, так и страхователя, а также защиты страхового портфеля.

В настоящее время существует ряд проблем, мешающих страховщикам эффективно проводить свои операции и соблюдать баланс по убыточности; к ним относятся:

- большое число «ручных» процедур;
- недостаточная оптимизация бизнес-процессов;
- высокая доля страхового мошенничества;
- отсутствие эффективных инструментов для оценки рисков потенциальных клиентов.

В России уровень выплат по страхованию имущества юридических лиц, в отличие, например, от КАСКО или обязательного страхования автогражданской ответственности (*далее – ОСАГО*),

очень сильно различается от компании к компании. В ряде случаев он может превышать 200 %, а у некоторых компаний быть на уровне 10 % [1]. Если исключить влияние административного ресурса, то причина здесь кроется в андеррайтинге данных рисков.

За последние 10 лет тарифы по страхованию имущества упали более чем в три раза, что привело к росту убыточности. Страховщики пытаются как-то компенсировать убыточность введением сегментации и сокращением клиентской базы, но это приводит к очередному витку увеличения убыточности. Сегодня классические инструменты практически исчерпали себя, что вынуждает страховщиков искать новые способы удержания целевых финансовых параметров своего бизнеса. Основным таким инструментом является диджитализация, т. е. использование современных информационных технологий для управления процессами страхования.

Квалифицированное ведение страхового бизнеса предполагает, прежде всего, качественную оценку риска и грамотное его сопровождение с учетом эффективных мероприятий по снижению вероятности наступления страхового случая. Спектр мероприятий, которые позволяют сократить необоснованные выплаты, довольно широк: это и вопросы автоматизации (например,

использование электронного акта осмотра имущества, ведение электронной истории страховых событий с объектом страхования, автоматический выбор наиболее компетентного сотрудника при урегулировании убытков, автоматизация работы с партнерами), и вопросы эффективности бизнес-процессов (например, сегментация убытков, специализация сотрудников урегулирования на определённых типах убытков, выборочные проверки корректности принимаемых решений в удаленных офисах страховщика, централизация отдельных функций в рамках региональной сети), и вопросы, связанные с персоналом (специализированные тренинги, вопросы мотивации сотрудников), а также многое другое. При этом важно расставить приоритеты и определить те мероприятия, инвестиции в которые позволят компании добиться наибольшего эффекта в сжатые сроки.

Разработка системы оценки качества рисков за счет анализа больших массивов данных методами предиктивной аналитики и машинного обучения позволит, с одной стороны, расширить спектр объектов принимаемых на страхование, с другой, – более тщательно прогнозировать уровень убыточности по портфелю страховщика. Информационные решения для этого в настоящий момент предлагают целый спектр

решений: искусственные нейронные сети, генетические алгоритмы, эволюционное программирование, регрессионный анализ и т. д.

Информационная поддержка принятия решений в страховом скоринге и андеррайтинге предполагает использование искусственного интеллекта (*далее – ИИ*) на базе распределенной нейронной сети. «Дорожные карты» развития сквозных цифровых технологий были утверждены в октябре 2019 года президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности. Одна из дорожных карт сквозных цифровых технологий – это карта развития нейротехнологий и искусственного интеллекта, что, в свою очередь, является ядром скорринга, позволяя минимизировать участие человека в процессе принятия решения, самообучаться за счет анализа принятых андеррайтерами решений и поддерживать приемлемый уровень убыточности среди страховых посредников, т. к. до 75 % всех страховых премий реализуется именно через посредников [3]. Широкое внедрение подобных систем будет способствовать формированию более гибких тарифов для страховых продуктов.

Традиционные андеррайтинговые подходы строятся на сложных статистических моделях, связывающих определенные параметры объекта страхования с вероятностью наступления страхового случая и его масштабом. Российские страховые компании в процессе принятия решений пока используют не более 15 % доступной информации [2]. Мировой опыт свидетельствует о том, что компании упускают ценные закономерности и сигналы, содержащиеся в данных. Машинное обучение и другие технологии ИИ позволяют неограниченно увеличивать количество входных параметров и выполнять оценку с гораздо большей точностью, чем это было ранее. При этом убытки, которые были проверены в ходе анализа, могут служить отличным примером определенных системных ошибок, и их можно использовать при подготовке наборов для обучения системы скоринга [7].

Страховые компании, которые смогут адаптироваться к новым, более жестким, условиям конкуренции, внедрив современные технологии, получат качественные портфели договоров и постоянных клиентов, которых будут устраивать как процесс сопровождения договоров, так и качество урегулирования страховых событий [6].

Темпы проникновения машинного обучения в страховую

индустрию за рубежом позволяют предполагать, что в перспективе двух-трех лет машинное обучение в России станет основным инструментом для принятия управленческих решений в компаниях. За рубежом оценка ущерба и противодействие мошенничеству на основе анализа больших данных обеспечивает страховым компаниям огромное конкурентное преимущество.

Качественный скоринг необходим андеррайтеру для принятия правильного решения о страховании, а также для назначения дополнительных проверок / экспертиз, что необходимо для формирования качественного портфеля клиентов.

В настоящий момент страховщики пытаются использовать скоринг в автостраховании (КАСКО и ОСАГО), т. к. данные виды более стандартизированы, нежели страхование имущества. Однако в отношении ОСАГО страховщики используют скоринг, скорее, для создания барьеров для страхователей. Это связано с тем, что страховщик не может отказать в заключении обязательного договора страхования, но предпочитает не брать на страхование часть убыточных сегментов (например, мотоциклы или грузовики, принадлежащие физическим лицам), поэтому скоринг активизирует различного рода информационные проблемы для страхователей, делая проблемным заключение договора страхования. Если же рассматривать страхование

юридических лиц, то здесь скоринг позволит учитывать множество параметров для вычисления убыточности и формирования окончательного тарифа. Система сможет производить вычисления, используя алгоритмы машинного обучения, а также вносить корректировки в ИИ-модели [4]. В результате пользователь получает набор данных, включающий оценку рисков по различным параметрам, которые пригодны для принятия решения.

В страховании имущества юридических лиц есть целые сегменты, которые избегают брать страховщики из-за потенциально большой убыточности и тяжести оценки рисков: это различные деревянные постройки, старые здания без капитального ремонта, лесопилки и склады [5]. Все эти сегменты очень специфичны, однако это не значит, что в этих сегментах могут отсутствовать качественные клиенты. Одной из задач скоринга является поиск малоубыточных клиентов в данных сегментах и выдача рекомендаций для других с целью снижения вероятности наступления страховых событий или тяжести последствий.

Скоринг представляет из себя программный продукт, использование которого обеспечивает алгоритмизацию действий страховщика для формирования набора рекомендаций по выявлению потенциальной убыточности, а

также назначению дополнительных проверок объекта страхования. На основе данных страховщика, а также информации, полученной из иных доступных источников, выявляются зависимости, по которым определяются показатели возможной убыточности страхователя.

Основные характеристики скоринга:

1. Выполнение системой функций сбора и поиска информации в различных открытых источниках;

2. Сегментирование по классам убыточности потенциальных страхователей;

3. Обработка данных, полученных от страхователя, а также информации по убыточности от страховых компаний;

4. Формирование сегментов и тарифов за счет самообучения на основе обратной связи от андеррайтеров и иной информации;

5. Формирование рекомендаций для проверки андеррайтером;

6. Хранение данных по убыточности клиентов.

Для самообучения системы должны задействоваться следующие данные:

- информация с порталов закупок (*zakupki.gov.ru*, *bicotender.ru* и т.д.);
- данные по убыткам от страховых компаний;

- данные по судебным задолженностям страхователя и его учредителей;

- данные проверок пожарных инспекций, МВД, СЭС и т. д.;

- информация от агентов и брокеров;

- информация от андеррайтеров;

- данные из других источников.

Сведения, полученные из вышеописанных источников, должны обеспечивать достаточный объем данных для выявления различных зависимостей и формирования условий для адаптации системы. Одной из задач является приведение данных из разрозненных источников к виду, пригодному для обработки и применения в обучении системы. В случае изменения структуры входных данных система должна сама адаптироваться и обучаться. Результат запроса представляет собой вероятностную оценку убыточности по объекту и рекомендации (если это возможно) по снижению этой вероятности [8, с. 72–76]. Также должен выдаваться максимально возможный размер убытка. На основе этих данных андеррайтер принимает решение о страховании. Каждое одобрение или отклонение клиента андеррайтером должно учитываться для корректировки и обучения ИИ-моделей.

Скоринг-система ориентирована, в первую очередь, на андеррайтеров и продающие

подразделения. В то же время система может выступать в роли самостоятельного продукта и может интегрироваться в любой интерфейс.

Особенно актуально наличие сервиса с интеллектуальным скорингом для отсева мошенников, т. к. по разным оценкам до 30 % всех страховых выплат получают мошенники. И эта проблема остается главной на страховом рынке России.

Активный рост продаж онлайн-страхования, в т. ч. и заключение государственных контрактов без предварительного осмотра имущества, также поднимает уровень потребностей в оперативной проверке страхователя и индивидуализации страхового тарифа.

Объем рынка страхового скоринга в России составляет чуть более 1 млрд. руб., и может вырасти до 5 млрд. руб. в ближайшие три года [9]. Здесь можно отметить, что те компании, которые первые начнут сбор данных для анализа, будут иметь преимущество перед теми, кто запоздает с данной инициативой. Кроме того, полученные в процессе разработки данной системы результаты в дальнейшем могут быть также использованы для скоринга и в других страховых продуктах, таких как добровольное медицинское страхование, страхование от несчастных случаев и т. д. Стоит отметить схожесть скоринга в страховании и банковской деятельности, поэтому вполне

возможно, что технологии *Big Data* вполне могут объединить базы кредиторов и страхователей

для еще более точной оценки рисков.

Литература

1. Белозеров, С. А. Тестирование российского страхового рынка на наличие конвергенции. – Текст : непосредственный / С. А. Белозеров, Ж. В. Писаренко // Экономика региона. – 2014. – № 3 (39). – С. 198-208.

2. Макаренко, Е. А. Использование информационных технологий в деятельности финансовых групп. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2006. – № 5-2 (47). – С. 149-153.

3. Макаренко, Е. А. Основные направления совершенствования механизма страхования спортсменов в России. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко // Актуальные проблемы экономики и управления. 2019. № 2 (22). С. 41.

4. Макаренко, Е. А. Совершенствование предпринимательских связей банков и страховых компаний по страхованию транспортных средств. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко // Экономика и управление. – 2007. – № 2 (28). – С. 142-146.

5. Макаренко, Е. А. Основные тенденции развития сельхозстрахования в России в 2017 году. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко, К. В. Евдокимов, В. И. Саморуков // Роль экономической науки в развитии социума: теоретические и практические аспекты. Материалы междунар. науч.-практич. конф.: в 3 частях. – Санкт-Петербург: СПбГУАП, 2018. – С. 431-438.

6. Макаренко, Е. А. Влияние нейромаркетинга на технологии продвижения новых продуктов. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко, А. С. Борисов // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2019. – № 3 (23). – С. 38-40.

7. Макаренко, Е. А. Применение методов геймификации и телематики в страховании автотранспорта в России. – Текст : непосредственный / Е. А. Макаренко, А. Б. Песоцкий // Инновационная деятельность. – 2019. – № 4 (51). – С. 92-100

8. Бабурин, В. А. Модернизация бизнеса и образования в условиях инновационного реформирования: коллективная монография / В. А. Бабурин, А. А. Векшинский и др. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. – 269 с. – Текст : непосредственный.

9. Эксперты оценили оборот российского рынка персональных данных. РБК. – URL:

https://www.rbc.ru/technology_and_media/23/03/2018/5ab366519a794777a97c4c02 (дата обращения: 05.05.2020). – Текст : электронный.

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Стремление к долгосрочному устойчивому развитию стран мира актуализирует необходимость государственного регулирования развития регионов как важнейших элементов национальной экономики. Цель исследования состоит в выявлении проблем государственного регулирования развития регионов и нахождении путей их решения. В ходе работы был проведен анализ распределения регионов Российской Федерации в зависимости от объема ВРП и уровня выбросов в атмосферу загрязняющих веществ стационарными источниками. Определены направления государственного регулирования развития регионов в природоохранной сфере.

***Ключевые слова:** государственное регулирование, регион, валовый региональный продукт, экономическое развитие*

*Victoria V. Shin
Natalya V. Svyatokho*

TO THE QUESTION OF THE NEED OF STATE REGULATION OF THE REGIONS' DEVELOPMENT

The desire for long-term sustainable development of the world's countries actualizes the need for state regulation of regional development as the most important elements of the national economy. The purpose of the research is to identify problems of state regulation of regional development and find ways to solve them. In the course of this work, we analyzed the distribution of regions of the Russian Federation depending on the volume of GRP and the level of pollutants released into the atmosphere by stationary sources. The directions of state regulation of regional development in the environmental sphere are defined.

***Keywords:** state regulation, region, gross regional product, economic development*

Каждое государство состоит из территориальных единиц, и очень важно понимать, что успешное развитие национальной экономики в целом невозможно без обеспечения условий для развития ее составных частей, т. е. региональных экономик. Некоторые исследователи утвер-

ждают, что государственное регулирование развития отдельных регионов Российской Федерации еще не достигло должного уровня эффективности. Однако, взглянув на успех других федеративных государств, в числе которых такие страны, как Австралия, Швейцария, Германия,

Бельгия и некоторые другие, можно сделать вывод о зависимости уровня экономического потенциала государства от уровня социально-экономического развития отдельных его регионов, т. е. чем ниже экономический потенциал страны, тем меньше вероятность достигнуть равномерного социально-экономического развития в ней. Но наряду с этим, несмотря на так называемые ограничения в разнообразии, проявляющиеся вследствие всеобщего равномерного социально-экономического развития, не стоит исключать возможные индивидуальности и специфики отдельных регионов. В связи с этим у регионов формируются особые экономические, политические, социальные, культурно-общественные и другие интересы, провоцирующие, в свою очередь, возникновение новых проблем и путей их решения. Тем не менее, не стоит рассматривать это в качестве угрозы рассредоточения государства, скорее, следует воспринимать данные факторы как уникальные возможности для формирования партнерских соглашений, которые могут возникнуть на основе совмещения интересов отдельных территорий с интересами самой страны.

В числе проблем, связанных с региональным развитием, в которых важная роль принадлежит государству, главенствующей является неспособность региональных систем обеспечить сбалансированное устойчивое социально-ориентированное развитие. Такие условия, как функционирование единой энергетической системы государства на отдельных его территориях, транспортные коммуникации, инфра-

структура связи и нефтегазового комплекса и т. п., не являются достаточными для устойчивого самоуправляемого регионального развития. Единство в технологической сфере должно быть подкреплено институциональным единством регионов, которое должно проявляться не только в экономическом, но и в правовом, нравственно-психологическом обеспечении регионов.

Как правило, всего этого можно достичь с помощью реализации функций государства, связанных с регулированием деятельности регионов. Поскольку традиционный рыночный механизм не способен реализовать свои функции в полной мере в связи с неразвитостью отдельных региональных рынков (рынка потребительских товаров, рынка жилья, рынка средств производства, финансового рынка, рынка рабочей силы, недвижимости, услуг разного назначения и др.), то процесс институционального развития в основном становится прерогативой государства.

Также имеется ряд недостатков в процессе регионального развития, абсолютное устранение которых для субъектов федерации в большинстве случаев невозможно. Проявляются данные недостатки в виде результата стихийного самоуправляемого развития регионов на основе рыночного механизма. Изъяны или провалы регионов – это показатель их неспособности определить и использовать свои сравнительные преимущества как по объективным, так и субъективным причинам [1].

По объективным причинам отсутствие этих сравнительных преимуществ может быть вызвано в том

числе отсутствием легко вовлекаемых в хозяйственный оборот природных ресурсов, а также их диспропорцией, недостаточной научной разработкой подходов к их использованию, так называемым финансово-инвестиционным голодом, концентрацией финансовых ресурсов монополиями, трудностями, связанными с привлечением квалифицированных кадров и т. д.

В свою очередь, одним из ключевых показателей, подтверждающих необходимость государственного регулирования развития регионов, является производство и потребление общественных товаров, в числе которых – ресурсы окружающей среды, оборона, пользование мостами, дорогами, услугами общегосударственных каналов телевидения и т. д. В связи с характерными для данных благ неконкурентностью и невозможностью исключения из общего потребления, финансирование их использования носит преимущественно принудительный характер [1].

Рассмотрим, к примеру, такой общественный продукт, как ресурсы окружающей природной среды, из которого жители региона могут из-

влекать максимум пользы вследствие его бесплатности и общедоступности. Подобная исключительная черта ставит данное общественное благо в прямую зависимость от государства. На поведение регионов же, учитывая иллюзию доступности такого рода общественных продуктов, оказывается колоссальное влияние как потребителей, так и производителей. Эту взаимосвязь можно проследить, рассмотрев в качестве переменных валовой региональный продукт, обобщающий экономическую деятельность региона и характеризующий процесс производства товаров и услуг для конечного потребления, и объемы выбросов загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников по регионам Российской Федерации в 2018 г. [2, 3]. В приведенной ниже *таблице 1* наглядно продемонстрировано: 64 % регионов, для которых характерен объем ВРП ниже среднероссийского, имеют объем выбросов загрязняющих веществ в атмосферу стационарными источниками также ниже среднего по России. Также видно, что 36 % регионов с объемом ВРП ниже среднего имеют объем выбросов выше среднего (*табл. 1*).

Т а б л и ц а 1. Распределение регионов по объемам ВРП и выбросов от стационарных источников в атмосферу

	Объем выбросов ниже среднего (< 116,3 кг на душу населения)	Объем выбросов выше среднего (> 116,3 кг на душу населения)	Число регионов
Объем ВРП ниже среднего (< 579 тыс. руб.)	42 региона (64%)	24 региона (36%)	66 регионов (100%)
Объем ВРП выше среднего (> 579 тыс. руб.)	6 регионов (32%)	13 регионов (68%)	19 регионов (100%)

Из вышеприведенного можно сделать вывод, что практически треть от общего числа рассмотренных в таблице регионов вследствие низких показателей экономического развития не способны самостоятельно снизить объемы выбросов, поскольку сумма необходимых для этого инвестиций слишком велика, и даже сопоставима со стоимостью основных фондов предприятий в этих отстающих регионах.

В то же время только 32 % регионов, относящихся к группе динамично развивающихся субъектов федерации, имеют уровень выбросов загрязняющих веществ в атмосферу стационарными источниками ниже среднего, в то время как большая часть регионов (68 %), имеющие высокие показатели экономического развития, являются крупнейшими загрязнителями. Таковую взаимосвязь ВРП и выбросов загрязняющих веществ можно рассматривать в качестве подтверждения низкого уровня природоохранной деятельности при производстве общественных товаров в рыночном секторе и отсутствия действенных мер государственного регулирования в данной сфере.

В то же время невозможно исключить из потребления населения такой общественный продукт, как ресурсы окружающей среды конкретного региона, даже в том случае, когда индивид отказывается вносить определенную плату за это благо. Например, потребители чистого воздуха в регионе не конкурируют между собой, ведь рост потребителей в экологически защищенном регионе никак не связан с сокращением объемов потребления этого блага дру-

гими. Однако тот факт, что данный общественный товар относится к группе продуктов, находящихся вне конкуренции, заставляет задуматься о неэффективности его производства. В тех регионах, где динамика экономического развития и загрязнения достаточно высока, создается видимость также высокого уровня эффективности производства. Поведение предприятий, загрязняющих внешнюю среду, обосновывается сокрытием своих истинных предпочтений в отношении рассматриваемого общественного блага и своей готовности к оплате данного блага. Таким образом, население региона и государство в целом, выражающие определенные интересы, вынуждены преодолевать эффект «безбилетника» подобных предприятий путем интернализации внешних экстерналий, используя корректирующие налоги. Корректирующий налог на продукцию предприятий-загрязнителей вводится не столько для уменьшения ущерба от загрязнений до нуля, сколько для компенсации потерь, понесенных населением региона. Тотальное устранение выбросов (на 100 %) означало бы превышение общественных издержек над общественной пользой от этих мер [4].

Установление государственного контроля на нормы выбросов, сбросов загрязняющих веществ и размещение отходов, а также платежей за загрязнение могут нести различные последствия для каждого отдельного региона. Особое влияние на принятие эффективных мер по регулированию уровня загрязнения окружающей среды оказывают такие важные факторы, как плотность на-

селения и уровень урбанизации региона. Очевидна разница между нормированной общественной полезностью сокращения выбросов в сельской и городской местности (в городской – больше). Именно данный фактор отражает неэффективность установления единой предельной нормы загрязнения для всех предприятий и регионов.

На сегодняшний день наиболее эффективным методом повышения уровня регионального развития является зачет объема выбросов по каждому из загрязнителей, т. к. активное применение корректирующих налогов позволит ослабить негативное влияние индивидуальных и корпоративных налогов.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что при федеративном устройстве в стране избежать применения мер государственного регулирования в любой сфере деятельности крайне сложно, вероятнее всего, невозможно в силу несостоятельности отдельных регионов в самостоятельном обеспече-

нии своих территорий необходимыми условиями для существования. Также в ходе исследования распределения регионов Российской Федерации в зависимости от уровня ВРП и уровня выбросов загрязняющих веществ в атмосферу стационарными источниками было выяснено, что регионы, принадлежащие к группе с объемом ВРП ниже среднего, преимущественно не достигают уровня среднего объема выбросов загрязняющих веществ, а те, которые относятся к группе с объемом ВРП выше среднего, т. е. динамично развивающиеся регионы, являются крупнейшими загрязнителями, и зачастую пересекают черту среднего объема выбросов по Российской Федерации. Для исправления данной ситуации государство должно применять комплекс мер, включающий сочетание различных инструментов, направленных на повышение эффективности природоохранной деятельности в регионах для улучшения экологической обстановки и повышения качества жизни населения.

Литература

1. *Логунов, В. Н.* Глава 7. Государственное регулирование экономики регионов. – Текст: электронный // Логунов В. Н., Корчагин Ю. А. Государственное регулирование экономики. – Воронеж: ЦИПЭ, 2009. – 210 с. – ISBN 5-87162-007-8. – URL: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=15&page=3> (дата обращения: 15.06.2020)
2. Валовой региональный продукт. – URL: <https://mrd.gks.ru/folder/27963> (дата обращения: 16.06.2020). – Текст: электронный.
3. Выбросы загрязняющих веществ. – URL: <https://gosdoklad-ecology.ru/2017/atmosfernyy-vozdukh/vybrosy-zagryaznyayushchikh-veshchestv/> (дата обращения: 15.06.2020). – Текст: электронный.
4. *Святохо, Н. В.* Анализ экологической ситуации в Республике Крым и мероприятий по ее улучшению / Н. В. Святохо. – Текст: непосредственный // Дни науки КФУ им. В. И. Вернадского: сб. тезисов V науч.-практич. конф.

профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых (г. Симферополь, 30 октября – 01 ноября 2019 г.) ; секция «Менеджмент в современной экономике: проблемы и перспективы». – Симферополь : КФУ им. В. И. Вернадского, 2019. – С. 24–26.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

<p>Бандорина Ксения Валерьевна кандидат искусствоведения, доцент profreaders@gmail.com</p>	<p>Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А. Л. Штиглица 191186, Россия, Санкт-Петербург, Соляной пер., д. 13</p>
<p>Белкова Кира Владимировна административный ассистент kirabelkova7@gmail.com</p>	<p>Онлайн-школа Skyeng, LANGROOM LTD 2045 Κύπρος, Λευκωσία, Στρόβολος Τσερίου, 136, Floor 2</p>
<p>Бухонина Варвара магистрант varvarabuhonina@yandex.ru</p>	<p>Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта 236041, Россия, Калининград, ул. Александра Невского, д. 14</p>
<p>Вильчинская-Бутенко Марина Эдуардовна кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой истории и теории дизайна и медиакоммуникаций 2722306@gmail.com</p>	<p>Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18</p>
<p>Воробьева Татьяна Юрьевна кандидат технических наук, доцент vorobyeva7@mail.ru</p>	<p>Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова 346428, Россия, Ростовская область, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, д. 132.</p>
<p>Горелова Анна Сергеевна бакалавр vorobyeva7@mail.ru</p>	<p>Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова 346428, Россия, Ростовская область, г. Новочеркасск, ул. Просвещения, д. 132.</p>
<p>Денисова Наталья Андреевна старший преподаватель natali_ki@mail.ru</p>	<p>Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС 199178, Россия, Санкт-Петербург, Средний пр. В.О., д. 57/43</p>
<p>Денисова Юлия Анатольевна специалист офиса продаж sza-28@mail.ru</p>	<p>Публичное Акционерное общество "Вымпел-Коммуникации" 199106, Россия, Санкт-Петербург, 21-я линия В.О., д. 6</p>
<p>Дозморов Валерий Александрович преподаватель Dozmorov-Valeriy@yandex.ru</p>	<p>Керченский политехнический колледж 298306, Россия, Республика Крым, Керчь, ул. Войкова, д. 1</p>
<p>Егошина Екатерина Ивановна студент kat.egoshina2017@yandex.ru</p>	<p>Поволжский государственный технологический университет (ПГТУ) 424000, Россия, Республика Марий Эл, Йошкар-Ола, пл. Ленина, д. 3</p>
<p>Захарченко Татьяна Николаевна Заместитель начальника отдела развития</p>	<p>Управление по развитию агропромышленного комплекса и</p>

предпринимательства и экономического анализа orp-feu@yandex.ru	предпринимательства администрации Пермского муниципального района 614500, Россия, Пермь, ул. 2-я Казанцевская, д. 7
Кадер Амир Магид кандидат педагогических наук, доцент amkad@rambler.ru	Санкт-Петербургский университет государственной противопожарной службы МЧС РФ 196105, Россия, Санкт-Петербург, Московский пр-т., д. 149
Камнева Ирина Николаевна старший преподаватель kamneva0809@mail.ru	Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет» 603062, Россия, Нижний Новгород, ул. Горная, д. 13
Карлюга Феличия Викторовна магистрант felichiya-karlyuga@yandex.ru	Приднестровский государственный университет имени Т. Г. Шевченко, Рыбницкий филиал 5500, Молдова, Приднестровье, г. Рыбница, ул. Гагарина, д. 12
Ковалев Виктор Евгеньевич кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой мировой экономики и внешнеэкономической деятельности kovalev@usue.ru	Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ) 620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной Воли, д. 62/45
Ковина Екатерина Дмитриевна магистрант yatak08@mail.ru	Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ) 620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной Воли, д. 62/45
Королева Оксана Владиславовна кандидат исторических наук, доцент korolevaov@mail.ru	Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, д. 83
Кочкуркина Алина Александровна корреспондент kochkurkina.alina@yandex.ru	ОАУ «Информационное агентство «Ник-медиа» 433810, Россия, Ульяновская область, Николаевский район, р.п. Николаевка, пл. Ленина, д. 5
Макаренко Евгений Александрович кандидат экономических наук, доцент ss300@yandex.ru	Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения 190000, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67
Наливайко Юлия Александровна студент 5 курса nalivaikojulia@yandex.ru	Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС 199178, Россия, Санкт-Петербург, Средний пр. В.О., д. 57/43
Песоцкий Алексей Борисович кандидат технических наук, доцент ss300@yandex.ru	Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения 190000, Россия, Санкт-Петербург,

	ул. Большая Морская, д. 67
Пестова Мария Евгеньевна корреспондент отдела общественно-политических программ mashamasha-98@list.ru	Телеканал «Народное телевидение Мордовии» (НТМ) 430034, Россия, Республика Мордовия, Саранск, ул. А. Н. Лодыгина, д. 3
Рукомойникова Вера Павловна кандидат филологических наук, доцент rukomojnikovavp@volgatech.net	Поволжский государственный технологический университет (ПГТУ) 424000, Россия, Республика Марий Эл, Йошкар-Ола, пл. Ленина, д. 3
Руссу Анна Николаевна кандидат филологических наук, доцент arussu@yandex.ru	Приднестровский государственный университет имени Т. Г. Шевченко, Рыбницкий филиал 5500, Молдова, Приднестровье, г. Рыбница, ул. Гагарина, д. 12
Русяева Надежда Михайловна корреспондент отдела общественно-политических программ Nadia.rsv@mail.ru	Телеканал «Народное телевидение Мордовии» (НТМ) 430034, Россия, Республика Мордовия, Саранск, ул. А. Н. Лодыгина, д. 3
Святохо Наталья Валентиновна кандидат экономических наук, доцент svyatokho@kafimen.ru	Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» 295026, Республика Крым, Симферополь, ул. Железнодорожная д. 10
Семенова Людмила Валерьевна кандидат экономических наук, доцент lsemnova@kantiana.ru	Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта 236041, Россия, Калининград, ул. Александра Невского, д. 14
Томасова Дарья Александровна старший преподаватель rameria@rambler.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Уваров Никита Юрьевич главный художник uvnik@live.ru	МБУК РО «Ростовский областной музей краеведения» 344006, Россия, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 79
Шин Виктория Вячеславовна студентка Shin2011@edustyle.info	Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» 295026, Республика Крым, Симферополь, ул. Железнодорожная, 10

Требования к оформлению текстов в сборнике «Труды института бизнес-коммуникаций»

Сборник трудов индексируется в РИНЦ и e-library, следовательно, оформление текстов должно соответствовать требованиям, предъявляемым РИНЦ.

Сборник трудов публикует статьи авторов **БЕСПЛАТНО**, поэтому основную работу по оформлению статьи и проверке на соответствие требованиям выполняют сами авторы.

Основные требования:

- ▶ Структура статьи. Присылаемая статья обязательно должна иметь:
 - шифр УДК (Times New Roman – 12 кегль, жирный, выравнивание по левому краю);
 - ФИО (указывается в формате ***И.О. Фамилия***, Times New Roman – 12 кегль, курсив, жирный, выравнивание по правому краю);
 - название статьи (указывается в формате **Caps Lock**, Times New Roman – 12 кегль, жирный, выравнивание по центру);
 - аннотация – не менее 40 слов (Times New Roman – 12 кегль, курсив, выравнивание по ширине);
 - ключевые слова – не менее 4 (Times New Roman – 12 кегль, курсив, выравнивание по ширине);
 - ФИО на английском языке (указывается в формате ***Name P. Surname***, Times New Roman 14 кегль, курсив, жирный, выравнивание по правому краю);
 - название статьи на английском языке (указывается в формате **Caps Lock**, Times New Roman – 14 кегль, жирный, выравнивание по центру);
 - аннотация на английском языке (Times New Roman – 12 кегль, курсив, выравнивание по ширине);
 - ключевые слова на английском языке (Times New Roman – 12 кегль, курсив, выравнивание по ширине);
 - текст статьи (см. ниже);
 - список литературы, оформленный в соответствии с требованиями (см. ниже);
 - сведения об авторе и соавторах (см. ниже).
- ▶ Объем текста статьи – не менее 12 500 знаков с пробелами (т. е. 4 страницы текста формата А4).
- ▶ Автору рекомендуется согласовывать шифры УДК у библиографов вузовских библиотек по месту работы. В случае, если такой возможности не представляется, в сопроводительном письме к редактору следует указать свою просьбу проверить шифр УДК.
- ▶ Ориентация листа – книжная; левое, правое, верхнее, нижнее поле – 2 см; межстрочный интервал – 1; абзацный отступ – 1 см (не следует использовать табуляцию и пробелы); выравнивание текста – по ширине страницы.
- ▶ Следует использовать в *основном тексте* шрифт Times New Roman – 12 кегль, в *сносках* – 10 кегль. В сносках могут быть размещены подстрочные комментарии, статистические данные и т. п. Сноски следует нумеровать арабскими цифрами, делать концевые сноски не рекомендуется. Установка знака сноски: *перед* запятой или точкой, но *после* вопросительного, восклицательного знаков или многоточия.
- ▶ Ссылки на литературу в тексте статьи следует обозначать квадратными скобками с указанием в них порядкового номера источника по списку и через запятую – номер(а) страницы (страниц), например: [1, с. 234]. В случае, если автор не цитирует источник, а делает отсылку к работам других ученых, следует указывать порядковые номера источников в квадратных скобках через точку с запятой, например: [1; 2; 7]. Источники, на которые отсутствуют ссылки в тексте статьи, включать в список литературы не допускается.

► Используемая автором литература оформляется в конце текста под названием «Литература» в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100–2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления» (https://www.rsl.ru/photo/!_ORS/5-PROFESSIONALAM/7_sibid/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2_%D0%A0_7_0_100_2018_1204.pdf). В *Приложении А* к ГОСТу есть примеры оформления литературы.

► При цитировании и в иных необходимых случаях в тексте следует использовать типографские кавычки: «», внутри цитат – обычные: "".

► Электронный формат издания позволяет использовать цветные графики, диаграммы, иллюстрации. Все иллюстративные материалы в сборнике должны быть подписаны *под* рисунком, например: *Ил. 1. Схема движения товаров*. В тексте статьи на иллюстрацию должна иметься отсылка, помещаемая в круглых скобках, например: (*ил. 7*). Во избежание потерь качества присылаемых иллюстраций рекомендуется:

а) переводить их в формат *jpg* и вставлять в документ формата *rtf*

б) присылать отдельными файлами с указанием номера иллюстрации, например:

Иванов_дизайн_Ил.1.

► Каждая таблица также должна иметь название и отсылку в тексте в круглых скобках, например: (*табл. 7*). Название таблицы размещается *над* таблицей. Нумерацию таблиц и иллюстраций следует давать по порядку их размещения в статье, отдельно – для таблиц, отдельно – для иллюстраций.

► **Сведения об авторе и соавторах** оформляются в табличной форме. Обратите внимание, что после выхода публикации сведения об электронном адресе автора станут доступны широкому читателю. Если автор не заинтересован в разглашении своей персональной информации, ему следует давать адрес электронной почты своего места работы.

Пример:

Иванова Дарья Ивановна старший преподаватель 121212@rambler.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
---	--

Если статья написана в соавторстве, необходимо **согласие** второго (и последующих) автора(ов) на публикацию статьи. Для этого соавторам необходимо и достаточно прислать письмо на адрес редакции **2722306@gmail.com** с указанием согласия на публикацию конкретной статьи (в первую очередь это требование касается статей молодых исследователей в соавторстве с научными руководителями).

Пример оформления статьи:

УДК 330/12

И. И. Иванов

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ

Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации. Текст аннотации.

Ключевые слова: *слово, слово, слово, слово, слово*

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

2020 • Том 8

Статьи публикуются в авторской редакции

Оригинал-макет М. Э. Вильчинская-Бутенко, Е. Г. Шемшуренко

Научное электронное издание сетевого распространения

Системные требования:

электронное устройство с программным обеспечением
для воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2020196. – Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 03.09.2020 г. Рег. No 196/20

ФГБОУВО «СПбГУПТД»

Юридический и почтовый адрес:

191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18.

<http://sutd.ru/>