

СБОРНИК РАБОТ
70-ой НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
БЕЛОРУССКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА

15–18 мая 2013 г., Минск

В ТРЕХ ЧАСТЯХ

ЧАСТЬ 2

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**СБОРНИК РАБОТ
70-ой НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ
БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

15–18 мая 2013 г., Минск

В ТРЕХ ЧАСТЯХ

ЧАСТЬ 2

**МИНСК
2013**

УДК 082(06)
ББК 94.3
С23

Рецензенты:

кандидат исторических наук *Белявский А.М.*;
кандидат филологических наук, доцент *Бутырчик А.М.*;
кандидат социологических наук, доцент *Глушаков В.Е.*;
доцент *Голубев В.В.*;
старший преподаватель *Давыдова С.А.*;
кандидат филологических наук, доцент *Долгова А.О.*;
кандидат физико-математических наук, доцент *Дубатовская М.В.*;
кандидат юридических наук, доцент *Иванова Д.В.*;
кандидат технических наук, доцент *Козел В.М.*;
старший преподаватель *Ларина Т.В.*;
кандидат экономических наук, доцент *Лемешевская Л.В.*;
доктор экономических наук, профессор *Лемешевский И.М.*;
кандидат филологических наук *Мамонова И.А.*;
кандидат физико-математических наук, доцент *Марченко А.И.*;
старший преподаватель *Подлуцкая В.В.*;
кандидат педагогических наук *Пупцев А.Е.*;
кандидат филологических наук *Садовская Е.Ю.*;
кандидат юридических наук, доцент *Саскевич В.В.*;
старший преподаватель *Сафонов О.С.*;
кандидат экономических наук, доцент *Силкович Ю.Н.*;
кандидат технических наук *Смолякова О.Г.*;
кандидат филологических наук, доцент *Токаревич Н.М.*;
старший преподаватель *Туровец М.В.*;
преподаватель *Устюшенко Н.А.*;
кандидат экономических наук, доцент *Чайковская Ю.В.*;
кандидат исторических наук *Шабасова М.А. и др.*

С23 **Сборник** работ 70-ой научной конференции студентов и аспирантов
Белорусского государственного университета, 15–18 мая 2013 г., Минск: В 3 ч.
Ч. 2 / Белорус. гос. ун-т.– Минск: Изд. центр БГУ, 2013.

Во вторую часть сборника включены доклады студентов и аспирантов гуманитарного факультета, исторического факультета, юридического факультета, Государственного института управления и социальных технологий БГУ, а также Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ

УДК 082(06)
ББК 94.3

© БГУ, 2013

**ПАРАМЕТРЫ УРОВНЯ ЖИЗНИ В ЭКОНОМИКЕ
РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

К. С. Бичик, Е. Д. Кардаш

Основными источниками формирования денежных доходов населения являются оплата труда и трансферты населению (пенсии и пособия, стипендии).

Денежные доходы в расчете на душу населения в январе-ноябре 2012 г. составили 2 736,6 тыс. рублей в месяц и превысили бюджет прожиточного минимума в 3,4 раза. Характеристика показателей структуры денежных доходов населения [1] представлена в таблице 1.

Таблица 1

Структура денежных доходов населения

	Январь-ноябрь 2012 г., млрд. руб.	В % к итогу	
		январь- ноябрь 2012 г.	январь- ноябрь 2011 г.
Всего денежных доходов	284 756,5	100	100
в том числе:			
оплата труда	182 071,0	63,9	65,1
доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход	28 704,8	10,1	10,3
трансферты населению (пенсии и пособия, стипендии и другие трансферты населению)	61 122,3	21,5	20,6
доходы от собственности (проценты по депозитам, дивиденды и прочие доходы от собственности)	8 758,1	3,1	2,4
прочие доходы (поступления от продажи продук- ции сельского хозяйства и прочие поступления)	4 100,3	1,4	1,6

Реальные располагаемые денежные доходы (денежные доходы за вычетом налогов, сборов и взносов, скорректированные на индекс потребительских цен на товары и услуги) в январе-ноябре 2012 г. по сравнению с соответствующим периодом 2011 г. увеличились на 20,4 %.

В январе-ноябре 2012 г. расчетная величина бюджета прожиточного минимума в среднем на душу населения составила 816,2 тыс. рублей в месяц.

Характеристика соотношения удельного веса домашних хозяйств с уровнем среднедушевых располагаемых ресурсов ниже бюджета прожиточного минимума представлена [2] в таблице 2.

Таблица 2

Удельный вес домашних хозяйств с уровнем среднедушевых располагаемых ресурсов ниже бюджета прожиточного минимума

	2011 год	2012 год
Все домашние хозяйства	6,3	4,7
Домашние хозяйства, состоящие из 1 человека	3,9	2,0
Домашние хозяйства без детей	4,5	2,9
Домашние хозяйства, имеющие детей в возрасте до 18 лет	10,8	9,3

Формирование рыночных отношений не может не приводить к усилению дифференциации доходов, а вместе с ней – и материального положения семей. Однако реально в Республике Беларусь существует уравнительность в распределении доходов, являющаяся следствием определенного комплекса факторов, и, прежде всего уменьшения разрывов в оплате труда, даже независимо от тенденции к повышению общего уровня оплаты труда.

Коэффициент Джини (коэффициент концентрации доходов) в 2000 г. был равен 0,270, а в 2011 г. – 0,274 [1].

Анализ данных показывает, что в структуре населения Республики Беларусь фактически отсутствует средний класс, а именно он должен составлять фундамент формирующихся рыночных отношений. Пока в стране не сформируется средний класс, не будет и основы для упрочения эффективного рынка и соответствующих ему социальных структур. Успешность стратегии развития государства по принципу «благополучие для большинства» будет определяться динамикой формирования массового среднего класса. Он должен охватить, по крайней мере, 50–55 % населения, одновременно со снижением доли населения с доходами ниже минимального потребительского бюджета до 10–15 %.

Приоритетной стратегической целью перспективной экономической политики должно стать увеличение численности среднего класса, а трансформация социально-экономической структуры населения и повышение доли среднего класса должны рассматриваться в качестве обобщающего индикатора успешности социально-экономического развития страны.

Валютный кризис 2011 г. повлиял на размер и структуру социально уязвимых групп Беларуси. В большей степени от него пострадали относительно обеспеченные группы населения, в то время как наименее обеспеченные группы населения были частично защищены экономической политикой по увеличению минимальной заработной платы и сохранению занятости. Как следствие, кризис привел к небольшому росту аб-

солютной бедности и снижению относительной бедности, что означает, является обратной стороной снижения неравенства в доходах населения.

Наиболее пострадавшими от кризиса группами населения стали люди в возрасте старше трудоспособного, жители сельской местности, домохозяйства, состоящие из одного человека, и неполные семьи. Неполные семьи, как и домохозяйства, состоящие из одного человека, оказались уязвимы к общему ухудшению экономической ситуации и последовавшему снижению оплаты труда, так как у них не было возможности разделить фиксированные расходы с другими участниками домохозяйства.

Сохранению уровня абсолютной бедности на достаточно низком уровне в 2011 г. способствовало более активное применение населением различных стратегий преодоления трудностей.

Несмотря на снижение расходов бюджета органов государственного управления на социальную политику, роль социальных трансфертов в снижении уровня бедности осталась неизменной.

Это объясняется выросшей в условиях кризиса адресностью, и соответственно эффективностью, как денежных пособий, так и льгот. Наиболее эффективным инструментом остаются пособия на детей.

Литература

1. Социально-экономическое положение домашних хозяйств Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес://belstat.gov.by.

ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. Д. Богданович

Малый бизнес как субъект экономики Беларуси существует уже более 16 лет. Нынешний уровень развития сектора малых предприятий был достигнут к середине 90-х годов и с тех пор имеет лишь незначительную динамику роста. К сожалению, по уровню развития малого предпринимательства Беларусь значительно отстает не только от стран Восточной Европы, но и республик бывшего СССР. Уже к 1996–1997 годам в большинстве стран бывшего Советского Союза более половины ВВП создавалось в негосударственном секторе, на долю частных предприятий приходилось абсолютное большинство розничного товарооборота и объема реализации услуг. В Беларуси малый бизнес развит значительно слабее, его вклад в экономику страны не превышает 9 % по доле в ВВП; малы объемы производства, инвестиции и др. [3].

Малое предпринимательство в республике представлено в двух формах: субъекты малого предпринимательства – юридические лица (мик-

роорганизации, малые организации) и предприниматели без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели) [2].

Рассматривая малый бизнес, необходимо обратить внимание на его преимущества и недостатки, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Преимущества и недостатки малого бизнеса

Преимущества	Недостатки
Мобильность и гибкость управления организацией	Ограниченность ресурсов всех видов
Быстрая, высокая восприимчивость к новшествам	Большая зависимость от рыночной конъюнктуры
Простые организационные связи	Меньше возможностей для социальной защиты
Мало управленческого персонала	Перегрузка рабочей недели
Использование сфер, которые невыгодны крупному предпринимательству	Слабые кредитные возможности
Учет местных условий и особенностей	Зарплата ниже, чем на крупных предприятиях.
Возможность привлечения относительно небольших ресурсов для создания предприятия	

Источник: разработано автором на основе данных [2]

Во всем мире признается ведущая роль малого и среднего бизнеса как главного локомотива развития всей экономики. Если говорить о наиболее развитых странах, то в них доля малого и среднего бизнеса в производстве ВВП составляет на сегодняшний день от 50 до 70 % и примерно такое же соотношение от общего числа занятых работников [1]. Уровень развития малых и средних предприятий в Беларуси представлен в таблице 2 [4].

Таблица 2

Уровень развития малых и средних предприятий (в таблице – МСП и МП)

Страна	Число МСП		Занято в МСП, млн. чел	Доля МСП	
	тыс. единиц	На 1000 жителей		в общей численности рабочих, %	в ВВП, %
Япония	6450	49,6	39,5	78	52–55
США	19300	74,2	70,2	54	50–52
Страны ЕС	15770	45,0	68,0	72	63–67
В том числе Германия	2290	37,0	18,5	46	50–54
Беларусь (МП)	29,0	2,9	0,44	11	8,8

Источник: разработано автором на основе данных [4]

Негативное отношение к предпринимательству является одной из основных проблем, препятствующих развитию малого предпринимательства в белорусской экономике. Неблагоприятный для развития «климат» заставляет большую часть бизнесменов переводить свое дело за границу; многие из них уже имеют паспорта других стран, где основали свои фирмы; многие не переехали туда на жительство, но работают там. По несколько сотен белорусских предпринимателей сейчас работают в Чехии и Литве, тысячи – в Польше и в Украине, десятки тысяч в России. Из республики идет интенсивная утечка предпринимательских умов – золотого интеллектуального фонда белорусского бизнеса [7].

Рассматривая вопрос в целом, можно сказать, что на протяжении последних нескольких лет все же наблюдается положительная динамика доли занятых в сфере малого и среднего предпринимательства в общем количестве занятых в экономике. По итогам 2010 года в данной сфере работало около 1,5 млн. человек – это почти треть экономически активного населения республики. Доля занятых в малом и среднем предпринимательстве с учетом индивидуальных предпринимателей и их наемных работников возросла с 28,6 % в 2007 году до 32,2 % от общего количества занятых в экономике в 2010 году. К 2015 году прогнозируется достижение численности занятых в сфере малого и среднего бизнеса не менее 1,8 млн. человек [6]. Численность индивидуальных предпринимателей на 1 января 2011 г. составила 231 834 человека. По отношению к уровню этого показателя на 1 января 2010 г. цифра возросла на 12 229 человек, или 5,6 %.

Как показал опрос, проведенный автором работы среди жителей Республики Беларусь (в опросе приняли участие 130 человек), значительная часть населения заинтересована в вопросах экономического развития республики и большинство жителей (66 %) положительно относится к существованию частного сектора в экономике Беларуси. Тем не менее, представления о рыночных механизмах регулирования экономики остаются размытыми и искаженными. В связи с этим, а также из-за низкой оценки респондентами своих знаний об экономическом развитии Беларуси представляется крайне важным проведение образовательной работы о роли частного сектора в экономике страны. К сожалению, почти каждому пятому из белорусов вообще безразлично, есть ли частная собственность в стране, а 8 % относятся к ее существованию отрицательно.

Таким образом, можно сделать вывод, что для активизации малого бизнеса, всестороннего развития его потенциала и превращения в реальный фактор реструктуризации экономики необходимо:

- формирование стабильной и прозрачной деловой среды, снижение административных барьеров как на этапе создания новых предприятий, так и на стадии их эксплуатации;
- переориентация налоговой системы с преимущественно косвенного налогообложения на прямое, сокращение числа налогов и сборов, а также снижение налоговой нагрузки на бизнес;
- внедрение эффективных механизмов финансовой поддержки предпринимателей, обеспечивающих доступ к лизингу, микрокредитам, банковским кредитам и др.;
- дальнейшее развитие и наращивание потенциала инфраструктур поддержки малого бизнеса.

В нашей стране велики резервы роста предприятий малого бизнеса. От темпов роста этой сферы хозяйственной деятельности в ближайшие годы в Республике Беларусь будут зависеть развитие экономики в целом, достижение, а затем и превышение уровня дореформенного 1990 г. [5].

Литература

1. *Горфинкель В. Я.* Малый бизнес: Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 430 с.
2. *Догиль Л. Ф.* Предпринимательство и малый бизнес: учеб. пособие / Л. Ф. Догиль, Б. Д. Семенов. Мн.: Вышэйшая школа, 2003 266 с.
3. *Еловских В. В.* Роль малого бизнеса в бел. экономике/ В. В. Еловских. Минск: И. П. Логвинов, 2005. 55 с.
4. *Лапуста М. Г.* Малое предпринимательство: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2002. 272 с.
5. Малый бизнес: Организация, экономика, управление: Учеб. пособие для вузов / Горфинкеля, В. Я. [и др.]; под общ. ред. В. Я. Горфинкеля. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 430 с.
6. Национальный центр правовой информации Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2011. Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp3871>.
7. *Сырополис Н. К.* Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателей: перевод с англ. М.: Дело, 2003. 247 с.

ЖИЛИЩНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Т. И. Бондаренко

Данная работа посвящена рассмотрению форм долгосрочного кредитования жилищного строительства и выявлению перспектив их развития.

Значимость задач, стоящих перед банковской системой в области кредитования жилищной сферы, предопределяет необходимость разработки и внедрения приемлемых для различных групп населения

моделей жилищного кредитования, адаптированных к экономике республики.

Для рынка кредитования в Республике Беларусь в последние годы характерно:

- разнообразие предлагаемых банками Республики Беларусь кредитов и одновременно упрощение процедуры оформления кредитов;
- значительное ежегодное увеличение кредитной задолженности физических лиц, как в абсолютном выражении, так и в расчете на одного жителя;
- существенность роли банковского кредита как источника финансирования приобретения и строительства жилья;
- смена приоритетной политики по причине мирового экономического спада: с кредитной на депозитную;
- высокая концентрация кредитов в системообразующих банках;
- развитие конкуренции банков в области кредитования.

За 2012 год банковская система Республики Беларусь увеличила объемы кредитования реального сектора экономики (юридических и физических лиц) на 36,2 %. На 01.01.2013 г. кредитная задолженность экономики перед банками составила 205 097,2 млрд. руб.

Как и по другим критериям, по объемам кредитования лидерами стала шестерка системообразующих банков: Беларусбанк (41,57 %), Белагропромбанк (20,45 %), БПС-Сбербанк (9,22 %), Белинвестбанк (5,81 %), Банк БелВЭБ (5,64 %) и Приорбанк (4,79 %). На долю остальных банков приходится лишь 12,52 % [2].

Мировая практика показывает, что наиболее надежным, консервативным и стимулирующим кредитополучателя способом обеспечения кредитных обязательств является ипотека. В мировой практике ипотечного кредитования физических лиц существует две основных модели: одноуровневая и двухуровневая. Во всех странах с развитыми рыночными отношениями присутствует первая или вторая модели с присущими ей специфическими чертами, соответствующими конкретным условиям становления ипотечного кредитования и общему состоянию национальной экономики [1; 3].

Ипотечный кредит имеет свои преимущества как для банка, так и для кредитополучателя:

- надежное обеспечение кредита недвижимостью снижает риски;
- долгосрочный характер кредитования избавляет банк от присущих краткосрочным кредитам частых переговоров и проверок платежеспособности потенциальных заемщиков;

- закладные, выданные в качестве обеспечения кредитов, банк может реализовать на вторичном рынке;
- обеспечивается принцип конкретности залога, т.е. выделение определенного конкретного имущества для залога;
- существует также принцип гласности залога, т.е. требование, чтобы залог данного имущества был легко распознаваем для третьих лиц. В целях обеспечения гласности устанавливается норма регистрации сделок с залогом;
- создаются условия для решения производственных, социально-бытовых проблем кредитополучателя (залогодателя);
- возможность повторного использования недвижимости кредитополучателем для получения кредита при возврате первого;
- залогодатель (кредитополучатель) сохраняет право на владение и использование заложенного имущества [3].

Также следует отметить, что в настоящее время правительством Республики Беларусь и Национальным банком отработана пошаговая стратегия снижения процентных ставок по жилищным кредитам для нуждающихся [2].

Реальной альтернативой кредиту на покупку недвижимости могут стать жилищные облигации. Согласно нормативно-правовой базе, жилищные облигации – это ценные бумаги, удостоверяющие внесение их владельцем денежных средств на строительство определенного размера площади жилья. Другими словами, одна такая облигация равняется одному квадратному метру недвижимости. Плюс этого способа покупки недвижимости в том, что жилищные облигации полностью защищают Вас от возможного роста цен на квадратный метр недвижимости [5].

Со стороны клиента можно привести следующие преимущества:

- кредит выдается под процент ниже рыночного;
- фиксированный процент за пользование кредитом;
- клиент имеет гарантированную возможность получения кредита при отсутствии необходимости анализа его платежеспособности, так как его кредитоспособность будет доказана путем внесения регулярных вкладов.

Ипотечные кредиты, получили значительное развитие в последние годы, выдаются без дополнительного поручительства третьих лиц 9 банками республики. Доля ипотечных кредитов – всего 10–15 % от всей кредитной жилищной системы.

К основным предложениям по совершенствованию механизма жилищного кредитования следует отнести следующее:

- построение в Республике Беларусь собственной системы ипотечного кредитования, опираясь на опыт зарубежных стран, включающей отдельные элементы общепризнанных мировых моделей. Особую роль в данной системе призвано играть государство, оно должно создать условия, стимулирующие и поддерживающие данный механизм. Предлагается развитие институтов рефинансирования ипотечных кредитов, путем создания Национального ипотечного агентства, которому будет дано право выпуска и размещения долгосрочных ипотечных облигаций. Одновременно с этим процессом предлагается развитие систем строительных сбережений, которые помогут государству расширить доступ людей с невысоким достатком к жилищному финансированию;

- внесение изменения в жилищный и гражданский кодексы Республики Беларусь и формирование механизмов социальной защиты граждан-кредитополучателей при их выселении, что позволит банкам минимизировать риски при ипотечном кредитовании;

- создание реестра регистрации прав и обременений на создаваемое недвижимое имущество, в который будут вноситься сведения о договорах залога, а также о договорах долевого строительства и т.д.;

- введение вариантов кредитования с нулевым стартовым взносом на периоды традиционного спада активности на рынке недвижимости;

- введение отсрочки первоначального взноса для тех заемщиков, которые уже имеют в собственности недвижимость;

- предоставление клиенту возможности самому делать выбор между типом ставки – плавающей или фиксированной.

Следует отметить, что в мировой практике состояние жилищной проблемы характеризуется коэффициентом доступности жилого помещения. Он измеряется как соотношение средней стоимости стандартной квартиры к среднему годовому доходу семьи и показывает, сколько лет потребуется семье для приобретения жилья при данном уровне дохода. Поскольку доходы и накопления населения Беларуси крайне неравномерно распределены, в каждом регионе и для каждой отдельной семьи коэффициенты различны [1].

В заключении отметим, что цена на жилое помещение растет до того уровня, когда покупка квартиры станет недоступна представителям среднего класса даже по ипотеке. Как только доходы населения достигают уровня «возможности» получения кредита, рост цен на жилье вновь возобновляется.

Литература

1. Деньги, кредит, банки: учеб. пособие / Г.И. Кравцова [и др.]; под общ. ред. проф. Г.И. Кравцовой. 2-е изд., перераб. и доп. Минск: БГЭУ, 2007. 444 с.
2. Все, или почти все, что вы хотели знать о льготном кредитовании жилья // Все о финансах в Беларуси [Электронный ресурс]. 2013. Режим доступа: <http://www.infobank.by/1133/Default.aspx>.
3. Рейтинг банков Беларуси по итогам 2012 года. Все о финансах в Беларуси [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://infobank.by/3291/default.aspx>.
4. Кредит на покупку недвижимости, ипотека, жилищные облигации: проблемы выбора [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://a-h.by/s153/archives/Kredit_na_pokupku_nedvizhimosti,_ipoteka,_Zhiliwnye_obligacii_problemy_vybora.html.
5. Демин Ю. Все о кредитах. Понятно и просто / Ю. Демин. СПб.: Питер, 2007. 208 с.

РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И АВСТРИИ: АНАЛИЗ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

Е. В. Василевская

Рынок недвижимости Австрии считается одним из самых стабильных в мире. Что касается рынка гостиничной недвижимости этой страны – он находится на высоком уровне. Вена демонстрирует 377 гостиниц с количеством номеров, превышающим 510 тысяч [1]. В свою очередь, количество гостиниц в Минске за 2012 год увеличилось на 11,4 %. В настоящее время в Минске работает 49 гостиниц. В общей сложности это более чем 5 тысяч номеров [2]. Рынок гостиничных услуг и гостиничной недвижимости Беларуси является недостаточно развитым, одной из причин этого можно назвать относительно малый срок с момента зарождения рынка недвижимости в стране.

В Республике Беларусь развитие гостиничного рынка начало набирать свои обороты в связи с подготовкой к предстоящему Чемпионату мира по хоккею, который состоится в Минске в 2014 году. Сегодня к реализации на территории Минска к Чемпионату заявлено 35 проектов по строительству гостиниц и гостиничных комплексов. Все они находятся в разной стадии реализации. Гарантировано будет введено в эксплуатацию 12–15 новых объектов и прирост гостиничных мест в количестве 2,5 тысячи [2].

Индустрия гостеприимства – это, прежде всего, сервис. Поэтому развитие и перспективы гостиничного рынка в Минске должны заключаться не только в росте номерного фонда, но и в улучшении качества обслуживания [3]. Индустрию гостеприимства ждет непростое испытание – предстоит принять на должном уровне как спортивные делегации и руководство Международной хоккейной федерации, так и тысячи рядовых

болельщиков. Между тем, состояние гостиничного рынка Минска оставляет желать лучшего, по большому счету он пуст.

В сегменте бизнес-отелей есть две гостиницы, перестроенные из заведений советской поры, но они не отвечают требованиям времени ни по дизайну интерьера, ни по уровню сервиса. Столичному городу давно требуются гостиницы совсем другого класса.

Для того, чтобы воплотить в жизнь различные проекты и постараться достичь приблизительного уровня развития гостиничной недвижимости Австрии, необходимо учитывать один из важнейших факторов – инвестиционную активность. Инвестиционная активность на рынке гостиничной недвижимости Беларуси растет. В то время как Австрия отличается тем, что насчитывает огромное количество инвесторов, готовых вкладывать свои сбережения именно в рынок недвижимости этой страны. Это характеризуется тем, что Австрийский рынок недвижимости – единственный рынок, который устоял даже в период кризиса [1].

Разобравшись с ситуацией развития рынка гостиничной недвижимости, возникает вопрос, какова заполняемость и цены на гостиничные номера?

Средний уровень заполняемости гостиниц в Минске в 2012 году достиг максимального значения и составил 68,3 %. Хотелось бы отметить тот факт, что в 2012 году услугами по размещению воспользовались 429,2 тыс. человек. Из них 34,3 % – граждане Республики Беларусь. Среди граждан из других государств 69,4 % – представители стран СНГ. Абсолютное большинство из них (86,3 %) – россияне. Уровень заполняемости гостиниц в Вене в 2012 году составил 72,7 % [4].

Цены в отелях Минска являются несколько завышенными. Что касается Вены, то там уровень цен высокий, но он соответствует высокому уровню жизни. В Таблице 1 указаны цены на гостиничные номера в Минске и Вене в 2012 году, € [1].

Таблица 1

Цены на гостиничные номера в Минске и Вене в 2012 году

Кол-во звезд	Стандартный номер (одноместный)	Стандартный номер (двухместный)	Делюкс	Апартаменты
Цены в отелях Минска (2012 год)				
5	240–270	260–310	330–370	550–1400
4	138–143	159–184	222–247	437–615
3	67–86	87–125	99–201	214–367
Цены в отелях Вены (2012 год)				
5	235–270	310–350	390–420	1400–1700
4	150–163	185–220	320–360	550–585
3	85–105	98–129	175–240	295–370

Таким образом, сравнивая гостиничные рынки недвижимости Беларуси (Минск) и Австрии (Вена), можно сказать, что рынок недвижимости Вены является стабильным и хорошо развитым рынком, а рынку недвижимости Минска предстоит еще много сделать для развития и активизации процессов функционирования. Австрийский рынок недвижимости – единственный рынок, который устоял даже в период кризиса.

Скорее всего, в ближайшие 1–2 года на рынке гостиничных услуг Беларуси будут отслеживаться следующие тенденции:

1. Ожидание усиления к концу 2013 года.
2. Увеличение туристов в связи с мероприятиями, привлекающими иностранных гостей.

Для того, чтобы исправить ситуацию в лучшую сторону, необходимо:

1. В рамках подготовки к Чемпионату мира по хоккею в 2014 году провести реконструкцию действующих гостиниц и не прекращать строительство новых.
2. Развить и совершенствовать национальные системы бронирования и интегрировать их в международные.
3. Вводить крупных международных операторов на рынке гостиничных услуг.

Литература

1. Анализ рынков гостиничных услуг и гостиничной недвижимости Республики Беларусь и Австрии [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.nb.by/publications/archive/2013/1/analiz-rynkov-gostinichnyh-uslug-i-gostinichnoj-nedvizhimosti-respubliki-belarus-i-avstrii/>.
2. Туризм и отдых в Беларуси [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://www.rest.ej.by/rest-belarus/2012/05/31/nuzhno_li_uvelichivat_ob_em_gostinichnogo_rynka_minska_v_tr_i_raza_.html. Дата доступа: 12.05.2013.
3. Экономика и бизнес [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://news.tut.by/economics/296279.html>.
4. Отчет о состоянии гостиничного рынка Вены [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://www.kohl.at/upload/media/04_Kohl---Partner-Vienna-Hotel-Market-Report-2012_RUS_755/04_Kohl---Partner-Vienna-Hotel-Market-Report-2012_RUS.pdf?timestamp=1332944655.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ИЗМЕРЕНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. Велесницкий

В условиях рыночных отношений и развития кризисных явлений в экономике не только обострились существовавшие ранее проблемы занятости населения, но и появились новые, связанные с увеличением по-

казателей реальной и скрытой безработицы, отсутствием надлежащего учета этих явлений. Все это затрудняет изучение проблем рынка труда, усложняет возможности эффективного противодействия росту безработицы, поддержания занятости, обеспечения социальной защиты граждан. [1, с. 4]

В настоящее время в мировой практике применяется 2 основных метода измерения безработицы:

- на основе данных соответствующих служб о зарегистрированных безработных;
- на основе общенациональных выборочных обследований домохозяйств.

Предпочтение, как правило, отдается одному из методов.

Каждый из методов имеет свои достоинства и недостатки. Выборочное обследование населения позволяет выявить практически все категории безработных, в том числе и те, которые по каким-либо причинам оказались вне поля зрения служб занятости. Кроме того, данные обследований удобны для межстрановых сопоставлений. В то же время возможности применения названного метода ограничены по следующим причинам.

Во-первых, для регулярного и качественного проведения опросов на основе репрезентативной (в том числе по регионам) выборки и оперативной обработки их результатов требуются соответствующее технологическое обеспечение, квалифицированные кадры и немалые финансовые затраты. Во многих развивающихся странах это стало серьезной преградой на пути широкого распространения данного метода.

Во-вторых, любое выборочное обследование в отличие от сплошного наблюдения объективно предполагает наличие статистической ошибки. В процессе дробления выборки (например, при региональном анализе или дезагрегировании показателей) ошибка выборки становится все более значимой. На определенном этапе выборка может потерять репрезентативность.

В-третьих, те или иные концептуальные положения, составляющие выборки, вопросы анкеты периодически пересматриваются, что приводит к несопоставимости данных за различные периоды времени.

Преимущества учета безработицы на основе данных регистрации заключается в том, что при этом не требуются значительных финансовых затрат, а отчетность имеет сплошной и непрерывный характер, что позволяет легко отделить сезонные колебания занятости, безработицы и других параметров рынка труда от долговременных тенденций их изменения. Сплошная статистика дает возможность подробно анализировать ситуацию в каждом регионе и положение безработных по отдельным ка-

тегориям, так как в этом случае дезагрегирование само по себе не снижает достоверность показателей [2].

В Республике Беларусь не рассчитывается уровень безработицы по общепризнанной методике Международной организации труда (МОТ), согласно которой безработица считается на основании данных обследования домашних хозяйств (как и во время переписи). В прошлом году белорусские власти заявляли о намерении проводить обследование по методике МОТ ежеквартально [3].

«В официальных данных по безработице оценка фактической безработицы, вероятно, занижена, поскольку в национальной статистике учитываются только зарегистрированные безработные. Альтернативные показатели безработицы указывают на то, что уровень безработицы может до семи раз превышать официально зарегистрированный уровень», – сказано в новом «Страновом экономическом меморандуме для Республики Беларусь», подготовленном экспертами Всемирного банка. В докладе поясняется, что заинтересованность в регистрации в качестве безработного в Беларуси снижает низкий размер пособий, сложность процедуры регистрации и необходимость участия безработного в общественных работах.

Эксперты обратили внимание, что данные переписи населения 2009 года указывают на то, что уровень безработицы в Беларуси составлял 6,1 %. В докладе утверждается, что в 2010 году удельный вес экономически активного населения, обратившегося за помощью в трудоустройстве, составил 7 %, в то время как зарегистрированная безработица – 0,8 % [4].

В целях совершенствования подсчета данных по безработице в настоящее время осуществляется внедрение в статистическую практику нового источника получения актуальной информации о рынке труда – выборочного обследования домашних хозяйств в целях изучения проблем занятости населения в Республике Беларусь.

Основными целями выборочного обследования являются:

- изучение состояния и динамики рынка труда;
- получение наиболее полных и объективных сводных статистических данных (информации) о численности экономически активного населения, занятых, безработных и экономически неактивных лиц в соответствии с критериями МОТ;
- формирование сводных статистических данных (информации) о причинах незанятости, способах и продолжительности поиска работы, намерениях и готовности к трудоустройству, а также о составе занятых, безработных и экономически неактивного населения по полу, возрасту,

образовательному уровню, профессионально-квалификационному составу.

В соответствии с международной практикой, информацию, полученную в результате проведения выборочного обследования в Республике Беларусь, планируется использовать для информационного обеспечения государственной политики в сфере занятости населения и подготовки эффективных мер, способствующих обеспечению занятости и уменьшению безработицы.

Для проведения обследования на основе научно обоснованной методологии определяется перечень населенных пунктов и формируется выборочная совокупность домашних хозяйств.

Обследование будет проводиться путем непосредственного опроса членов отобранных домашних хозяйств на принципах добровольного участия. Опрос осуществляется специалистами, которые проходят специальное обучение.

Для отработки организационно-методологических вопросов в ноябре 2011 года проведено пробное выборочное обследование домашних хозяйств в целях изучения проблем занятости населения.

С учетом опыта, полученного в результате пробного обследования, начиная с 2012 года предусматривается проведение ежеквартальных выборочных обследований домашних хозяйств на регулярной основе в Минске, во всех областных центрах, а также в других населенных пунктах (включая сельские), перечень которых определен при формировании выборочного массива для обследования.

Обследования ежеквартально охватывают порядка 7000 домашних хозяйств, отобранных при формировании выборочной совокупности.

Информация, полученная от членов домашних хозяйств, является строго конфиденциальной. Органы государственной статистики гарантируют конфиденциальность персональных данных, полученных в ходе обследования. Вся полученная информация предназначена исключительно для формирования сводных статистических данных. Кроме того, специалисту, проводящему обследование, запрещается разглашать ответы на вопросы и результаты выборочного обследования [5].

В Министерстве труда отмечают, что обследование позволит получить данные о численности занятых и безработных, проанализировать причины безработицы, узнать о причинах незанятости, способах поиска работы и его продолжительности, насколько люди готовы или не готовы к трудоустройству. Кроме того, результаты обследования помогут классифицировать работающих, безработных и экономически не активных граждан по полу, возрасту, уровню образования и профессионально-квалификационному составу. Анализ данных обследования позволит

оценить степень важности и востребованности тех или иных специальностей и профессий и, как результат, позитивно повлиять на сферу образования и рынок труда Беларуси [3].

Литература

1. *Антосенков Е. Г.* От обслуживания безработицы – к активной государственной политике занятости. /Е.Г. Антосенков. 2-е изд. Москва: ЭКО, 1999. 126 с.
2. Методы измерения безработицы // Информационный портал NiceEconomic эффективная экономика [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес: <http://niceeconomic.ru/mecos-695-1.html>.
3. *Варакса Е.* Белстат сегодня начнет считать реальный уровень безработицы в Беларуси / Е. Варакса // Информационный портал onliner.by [Электронный ресурс]. 2001. Интернет-адрес: <http://dengi.onliner.by/2012/02/20/belstat-segodnya-nachnet-schitat-realnyj-uroven-bezraboticy-v-belarusi>.
4. *Заяц А.* ВБ и Gallup оценили реальную безработицу в Беларуси гораздо выше официальной / А. Заяц // Белорусский информационный портал Tut.by [Электронный ресурс]. 2000. Интернет-адрес: <http://news.tut.by/economics/298891.html>.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь // Об организации выборочного обследования домашних хозяйств в целях изучения проблем занятости населения. [Электронный ресурс]. 2011. Интернет-адрес: http://belstat.gov.by/homep/ru/households/3_about.php.

ФРЭНК ЛЛОЙД РАЙТ: ДВИЖЕНИЕ К СРЕДОВОЙ ПАРАДИГМЕ

А. И. Гончар

Средовой постмодернистский подход в архитектурной и дизайнерской проектной деятельности, оформившийся в 70–80е годы прошлого столетия, во многом опирается на проектный опыт эпохи модерна. Идеи органической архитектуры Ф.Л. Райта здесь выступают ключевым этапом, поскольку именно Ф.Л. Райт сформировал один из наиболее целостных, обоснованных и практически применимых концептов средового проектирования.

Начав свой творческий путь под влиянием основоположника функционального проектного метода, Льюиса Салливена, Ф.Л. Райт скорректировал его программу проектирования, опирающуюся на концепцию, что «во всем форма следует функции», и что «форма и функция едины» [3, с. 154]. Он развил идею органической архитектуры Л. Салливана, адаптировав ее к проектированию жилых пространств.

Ф.Л. Райт стал одним из первых архитекторов, кто стал использовать (возродить) открытый план и принцип неразрывных, перетекающих пространств. Органический метод Ф.Л. Райта, в отличие от прагматичного органического метода Л. Салливана, распространяется не только на целесообразность *формы* предмета проектирования, но и на целесообразность таких метафизических смыслов, как существование среды во

времени (продукт принадлежит эпохе), на определенном *месте* (продукт контекстуален) и в условиях определенного *образа жизни* человека. Ф.Л. Райт проектирует «здесь», «сейчас» и для определенного заказчика.

Собственно первичные проявления средового видения у Ф.Л. Райта видны в его стремлении проектировать среду целиком: от разработки архитектурного плана до эскизов и воплощения проектов встроенной мебели и освещения. Ф.Л. Райт создает в своем проекте не только художественный образ, но и «навязывает» посредством спроектированного пространства определенный сценарий движений и даже некую ценностную канву в отношении среды (очаг или камин – смысловой и конструктивный центр в домах Ф.Л. Райта). В проектировании Ф.Л. Райт концептуально опирается на вновь открытое в 19 веке понятие архитектурного пространства. «Пространство, – пишет он, – есть постоянное становление: невидимый фонтан, из которого проистекают все ритмы... Это дыхание произведения искусства» [2, с. 47]. Он возрождает созидаемое и воспринимаемое посредством художественного образа архитектурное пространство.

Сориентированность проектируемого жилого пространства на образ жизни хозяев, обостренная в творчестве Ф.Л. Райта, также находит свое продолжение в современной средовой проектной стратегии. Архитектурная среда становится подвижной, так как ориентир на образ жизни влечет за собой процессуальное понимание пространства. В результате благодаря архитектуре Ф.Л. Райта, широкое распространение получают открытые перетекающие пространства, пространства свободной планировочной структуры.

Эмпиризм, лежащий в основе проектной парадигмы Ф.Л. Райта, выступает одной из ведущих идей нового (постмодернистского) проектного сознания, так называемого «средового видения». Райт сопровождает, ведет архитектурный проект до полного его овеществления. Результатом такого подхода является высокая производительность архитектурной мастерской Ф.Л. Райта: 400 реализованных объектов из 800 спроектированных [9, с. 216]. Архитектурное пространство, созданное архитектором-эмпириком отличается единством стиля, логичностью, простотой, цельностью художественного образа.

Значение ренессанса полифункционального интенсивного архитектурного пространства для опыта современного средового проектирования существенно. Это была одной из стартовых парадигм в процессуальном, временном понимании архитектурного пространства жилого дома. Была сформирована «идеальная» ситуация, когда окружающая среда (природа), архитектура, интерьер и ландшафт интегрированы в

достаточно правдивую и непротиворечивую среду-для-человека, организованную согласно образу жизни хозяев дома.

Литература

1. *Гидион З.* Пространство, время, архитектура / Сокр. Пер. с нем М.В. Леонене, И.Л. Черня. Москва: Стройиздат, 1984. 455 с.
2. *Гольдштейн А. Ф.* Фрэнк Ллойд Райт. Москва: Стройиздат, 1973. 136 с.
3. *Едике Ю.* История современной архитектуры. Москва: Искусство, 1972. 246 с.
4. Мастера архитектуры об архитектуре / Москва: Искусство, 1972. 504 с.
5. *Мумфорд Л.* От бревенчатого дома до небоскреба. Очерк истории американской архитектуры / Л. Мумфорд. Москва: Издательство всесоюзной академии архитектуры, 1936. 205 с.
6. *Фрэмpton К.* Современная архитектура: критический взгляд на историю развития / К. Фрэмpton. Москва: Стройиздат, 1990. 533 с.
7. *Manson G. C.* Frank Lloyd Wright to 1910 / G. C. Manson. NY: Van nostrand reinhold, 1958. 227 p.
8. Modern architecture. Princeton Monographs in Art and Archaeology. Princeton, 1931. 72 p.
9. *Pevsner N.* A History of Building Types. London: Thames and Hudson, 1976, 1997. 340 p.

МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. А. Дроздова

В последнее время произошли большие перемены в управлении бизнесом. На долгосрочный успех компании влияет в первую очередь так называемый «человеческий фактор». Главное в работе любой организации – квалифицированный и хорошо организованный персонал. Невозможно эффективно управлять организацией, если персонал не полностью вовлечен в работу, то есть, не мотивирован. От качества работы каждого отдельного сотрудника напрямую зависит успех организации. Задача грамотного руководителя состоит в создании таких условий, где его подчиненные могли бы с максимальной отдачей и эффективностью реализовывать свои навыки, повышая тем самым производительность труда. Чтобы облегчить эту задачу, следует задуматься над тем, что же такое мотивация?

Мотивация – побуждение к действию; динамический процесс психофизиологического плана, управляющий поведением человека, определяющий его направленность, организованность, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [1, с. 160].

Мотивация труда – это стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению целей предприятия через удовлетворение их собственных потребностей [2].

Главная цель формирования и функционирования системы мотивации труда персонала – обеспечение достижения целей организации посредством привлечения и сохранения профессионального подготовленного персонала, и прежде всего путем эффективной, сильной и устойчивой мотивации, формируемой на основе комплексного стимулирования, являющегося предметом интереса для всех групп персонала организации. В первую очередь это означает вознаграждение людей в соответствии с их ценностью для организации, измеренной посредством их текущего и потенциального вклада в результаты организации. Это также означает признание того, что люди имеют свои потребности и цели и что организация может развиваться только в том случае, если вознаграждение и заложенные в его основу стимулы будут соответствовать социальным, психологическим и профессиональным характеристикам персонала организации [3, с. 319].

В отечественной специфике ведения бизнеса мотивации предпочитается стремление к получению сиюминутной выгоды в виде прибыли. А потому в белорусских организациях уделяется мало внимания внедрению мотивационных концепций управления. Причин на то несколько: устаревшая система ведения бизнеса, нежелание совершать "лишние" затраты, отсутствие необходимых специалистов, а порой и недальновидность владельцев компании.

Большинство руководителей видят в мотивации лишь материальную сторону поощрения сотрудников. Однако стоит отметить, что наибольшей эффективности мотивация достигает не столько при внешнем воздействии на поведение человека, сколько при согласовании его душевного настроения с работой всей организации.

Следует помнить, что мотивация оказывает влияние на успех работника в организации лишь в том случае, когда цели и работа организации совпадают со стремлением работника к личному развитию и непрерывному повышению квалификации.

Желание сделать карьеру и повысить свой статус исходит из стремления человека планировать и укреплять свои жизненные позиции. Такой мотив связан с честолюбием человека, чувством собственного достоинства, желанием доказать другим людям собственную значимость, стремление к уважению со стороны окружающих. Он является одним из ключевых мотивационных факторов, на который может оказывать влия-

ние руководитель с целью побуждения работника к интенсивной работе и саморазвитию.

При отсутствии перспектив карьерного роста и адекватной оценки качества работы, возможности полной реализации собственной компетенции, а также участия в интересных проектах, сотрудник может задуматься над поиском другого места работы. Дабы не допустить этого, следует заняться разработкой специальных программ, суть которых сводится к повышению заинтересованности сотрудников в текущей деятельности организации. Под этим могут подразумеваться нематериальные способы вознаграждения за хорошую работу, которые не сводятся к непосредственной денежной оплате труда.

Способов нематериального вознаграждения сотрудников может быть бесчисленное множество. Так что каждая фирма имеет возможность сама выстроить собственную систему нематериальной мотивации. К таким способам, например, относятся социальные льготы, при которых компания тратит средства на такие вещи для своих сотрудников, как медицинская страховка, бесплатное питание и проезд, дополнение к пенсионному обеспечению и прочее. Другой возможностью нематериальной мотивации, требующей определенных вложений со стороны организации, могут выступать корпоративные мероприятия. Однако не все упирается к затратам – нематериальным стимулом мотивации может стать и простая похвала сотрудника в присутствии его коллег, награждение и выдача грамот, размещение на доске почета и т.п.

Однако следует отметить, что нематериальные стимулы по-разному воздействуют на разных сотрудников. А потому необходимо разработать систему индивидуального подхода к мотивации персонала. Прежде всего следует определить жизненные цели того или иного сотрудника.

Следовательно, менеджер может стать высококлассным специалистом, если будет учитывать все факторы мотивации своих сотрудников, благодаря чему компания станет успешной.

Литература

1. *Клочков А. К.* КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. Москва: Эксмо, 2010. 160 с.
2. *Воропаева Т. А.* Мотивация труда как основа кадровой политики // Т. А. Воропаева // [Электронный ресурс]. 2011. Интернет-адрес: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2004/fem/voropaeva/diss/>.
3. *Кибанов А. Я.* Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Москва: ИНФРА-М, 2009. 319 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ОРГАНИЗАЦИИ

Д. А. Дудченко

Изменения, происходящие в обществе, не могут не отразиться на управлении персоналом, особенно, если речь идет о кризисе в организации.

Любая компания состоит из сотрудников, которые создают компанию своей работой. Что нужно для грамотного построения и функционирования любой организацией? Ответ прост – эффективное функционирование всех сотрудников, качественное выполнение ими работой. Персонал следует готовить к любым переменам, даже самым незначительным. Самое плохое, что происходит с персоналом во время кризиса – это информационный вакуум. Потому что именно это демотивирует персонал, приводит их в состояние постоянного напряжения и даже просто на психологическом уровне «истощает». Если создать грамотную социальную политику, то она поможет предотвратить негативное настроение сотрудников, которое охватывает их в период кризиса. Паника, которая присутствует людям перед какими-либо переменами, не способствует укреплению позиций организации. В такой период, сотрудникам очень сложно так же, как и раньше доверять своему директору. Поэтому поведение высшего менеджмента находится в центре внимания, как никогда раньше. Если же директор стал реже появляться на фирме, при этом постоянно с виноватым видом и избегает каких-либо вопросов, то естественно персонал понимает, что пора уходить с этого «тонущего судна». Поэтому как бы трудно не было, грамотный руководитель обязан всегда своим видом демонстрировать уверенность в себе и своих сотрудниках. Он должен продолжать активно общаться с персоналом и отвечать на вопросы, которые волнуют его коллег.

В период кризиса организации, если информация отсутствует, то начинают появляться слухи. И если это оставить без внимания, то слухи могут сыграть отрицательную роль. Информированность сотрудников важный фактор, который нельзя не учитывать в процессе управления. Беседуя с людьми, руководитель получает обратную связь, видит их настроение, помогает решить их проблемы.

Многие фирмы во время кризиса используют принцип «открытых дверей». Его суть заключается в том, что каждый сотрудник имеет возможность в любое время зайти к руководителю со своими проблемами и вопросами [2, с. 83].

Во время кризиса очень важна материальная мотивация, хотя расходы на этом этапе, как правило, сокращаются. И как сделать денежные сокращения менее ощутимыми для сотрудников – этот вопрос волнует ру-

ководителей. Возможным ответом на этот вопрос может служить пример одной из японских компаний. На собрании генеральный директор предложил сократить денежные расходы на оплату труда работникам, при этом упомянул, что сократит свою премию на 50 %. В конце собрания было объявлено о решении уменьшить бонусы топ-менеджерам на 25 %, менеджерам среднего уровня на 15 %, но денежное вознаграждение других сотрудников оставить без изменений. Сотрудники должны чувствовать стабильность и уверенность. Не удивительно, что персонал воспринял ситуацию с пониманием, потому что были учтены два момента – внутренний и внешний. Внешний – сотрудники знают, что и в других фирмах происходит подобная ситуация. И внутренний – сокращение премий происходит у всех в т.ч. и у топ-менеджеров [3].

Когда в компании происходит кризис, поневоле приходится оптимизировать численность кадрового состава. К вопросу о сокращении персонала следует подходить ответственно т.к. финансовый выигрыш может быть небольшим, но потерять можно многое. Стоит обращать внимание не только на производственные аспекты, но и на то, какую роль в компании играет тот или иной сотрудник. Часто возникают ситуации, когда руководители компании имеют долгие дружеские отношения со своими подчиненными и, в итоге, увольняют не самых неэффективных сотрудников, а просто новых в компании людей. Соответственно, чтобы не допустить таких неправильных действий, следует выработать четкую систему оценки персонала. Процесс оценки является мощным мотиватором, который стимулирует сотрудников к наиболее эффективной работе. А если заложить в качестве одного из критериев оценки количество и качество предложений по улучшению работы, то количество предложений значительно увеличится. Люди очень заинтересованы в сохранении своего рабочего места [1, с. 97].

Например, в конце 2008 г. в одной из компаний, специализирующейся на производстве и продаже чулочно-носочных изделий, резко упали продажи. Было проведено несколько мероприятий по стимулированию инновационной активности сотрудников (внутренний сайт, мозговые штурмы, работа через линейных менеджеров и т.п.). В результате была найдена замечательная идея, которая вывела корпоративные продажи резко вверх. Были подготовлены новогодние подарки с продукцией предприятия, которые вписались в похудевшие новогодние бюджеты [3].

Кризис предоставляет директору компании уникальную возможность приобрести на рынке высококвалифицированных специалистов за умеренную стоимость. Но для этого необходимо вести мониторинг высококвалифицированных работников по всем направлениям деятельности

организации. Кризис – это шанс выйти на новый уровень зрелости компании, обновить и значительно улучшить кадровый состав, пересмотреть кадровую политику. Оценка кадров даст возможность и руководителю и сотруднику оценить проделанную работу, возможность разработать новый план по развитию организации.

Кризис в организации – это изменения, которые требуют осуществления целенаправленной деятельности по управлению персоналом.

Литература

1. *Борисова Е. А.* Оценка и аттестация персонала / Е.А. Борисова. Спб.: Питер, 2002.
2. *Фрайленгер К., Фишер И.* Управление изменениями в организации. М., 2002.
3. Интернет-адрес: <http://www.trainings.ru/library/articles/?id=11546>.

КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ ЖИЛОЙ МНОГОКВАРТИРНОЙ ЗОНЫ г. ЖОДИНО

Ю. А. Евлаш

Кадастровая оценка городских земель является составной частью государственного земельного кадастра и проводится с целью получения достоверных данных о ценности территории, выраженной в показателях кадастровой стоимости земель. Кадастровая оценка предполагает определение кадастровой стоимости земель, земельных участков с использованием моделей оценки, которые воспроизводят действия рынка земельных участков на обширной территории.

Кадастровая оценка земель, земельных участков проводится по состоянию на 1 января года ее проведения. Последующая кадастровая оценка земель, земельных участков проводится не позднее чем через пять лет, если иное не установлено законодательством.

При проведении оценки территория населенного пункта разбивается на определенное число оценочных зон, т.е. условных территорий, для которых характерна близость значения кадастровой стоимости единицы площади земельных участков, и в каждой оценочной зоне отдельно оценивается стоимость квадратного метра для каждого из пяти видов функционального использования земель: жилой многоквартирной зоны, жилой усадебной зоны, производственной зоны, общественно-деловой зоны и рекреационной зоны.

Расчет кадастровой стоимости земель жилой многоквартирной застройки подразумевает прохождение следующих этапов оценки: составление задания и заключение договора на проведение кадастровой оценки; сбор и анализ информации; определение предпосылок и ограничений; анализ рынка недвижимости; выбор методов оценки и методов расчета стоимости; оценочное зонирование; расчет кадастровой стоимости

земель, земельных участков населенных пунктов выбранными методами; составление и оформление отчета и заключения о кадастровой оценке. Модель расчета кадастровой стоимости земель для функционального использования «жилая многоквартирная зона» выглядит следующим образом: базовая стоимости земли умножается на сводный коэффициент влияния факторов оценки. Вычисленное значение базовой стоимости земель для функционального использования «жилая многоквартирная зона» составляет 38,31 Usd/кв.м.

Сводные коэффициенты для жилой многоквартирной застройки определялись в соответствии с ТКП 52.2.01-2011 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Порядок кадастровой оценки земель, земельных участков населенных пунктов Республики Беларусь». К факторам оценки для расчета сводных коэффициентов жилой многоквартирной зоны относятся: доступность центра населенного пункта, обеспеченность централизованным газоснабжением, обеспеченность централизованным водоотведением, обеспеченность централизованным теплоснабжением, пешеходная доступность центра жилых микрорайонов, пешеходная доступность ботанических садов, парков и других территорий рекреационного назначения, санитарно-защитная зона и/или зона превышения допустимого уровня шума, вибрации, состояние атмосферного воздуха, загрязнение земель химическими веществами, грунты под строительство, ограничение прав застройки.

В г. Жодино выделяют 36 оценочных зон, соответственно в каждой оценочной зоне получается своя стоимость. Диапазон кадастровых стоимостей одного кв. м земель оценочных зон г. Жодино представлен в таблице 1.

Таблица 1

Диапазон кадастровых стоимостей 1 кв. м земель оценочных зон г. Жодино

Вид функционального использования земель оценочной зоны	Кадастровая стоимость 1 кв. м земель оценочных зон			
	min		max	
	Usd	руб.	Usd	руб.
Жилая многоквартирная зона	10,73	90 956	58,23	499 031

При изучении кадастровой оценки в Республике Беларусь можно отметить существования ряда проблем в этой сфере деятельности:

- Множественность заказчиков оценки.
- Множественность исполнителей оценки.
- Проблемы в методологии оценки.
- Не развита система апелляции оценки.
- Кадровая проблема.

Значение кадастровой оценки для государства очень высоко. В настоящее время в Республике Беларусь результаты кадастровой оценки используются довольно широко: для взимания платежей за землю, установления начальных цен на аукционах, предоставления земельных участков в частную собственность граждан, в целях ипотеки, совершения возмездных сделок (стоимость земельного участка не может быть ниже его кадастровой стоимости), определения размера платы за право заключения договора аренды, выкупа земельных участков для государственных нужд, в градостроительном планировании и других целях.

Литература

1. Кодекс о земле Республики Беларусь: принят Палатой представителей 17 июня 2008 г.: одобрен Советом Респ. 28 июня 2008 г.: текст по состоянию на 17 января 2011 г. // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=hk0800425&p2=%7BNRPA%7D>.
2. *Масловская Е.* Почему так важна достоверная кадастровая оценка земель? / Е. Масловская // REALT.BY [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес: <http://realt.by/news/article/10268>.
3. Об оценочной деятельности в Республике Беларусь: указ Президента Респ. Беларусь от 13 октября 2006 г., № 615 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2013. № 26. 1/7999.
4. Оценка стоимости объектов гражданских прав. Порядок кадастровой оценки земель, земельных участков населенных пунктов Республики Беларусь: ТКП 52.2.01-2011 (03150) // Национальный фонд ТНПА [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес: [http://www.tnpa.by/ViewFileText.php?UrlRid=143419&UrlOnd=%D2%CA%CF%2052.2.01-2011%20\(03150\)](http://www.tnpa.by/ViewFileText.php?UrlRid=143419&UrlOnd=%D2%CA%CF%2052.2.01-2011%20(03150)).
5. Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка стоимости земельных участков: СТБ 52.2.01-2011 // Национальный фонд ТНПА [Электронный ресурс]. 2011. Интернет-адрес: <http://www.tnpa.by/ViewFileText.php?UrlRid=118816&UrlOnd=%D1%D2%C1%2052.2.01-2011>.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

А. В. Исаева

Мировой опыт показывает, что государства, отдающие предпочтение инновационному пути развития национальных экономик, разрабатывают и эффективно применяют государственную инновационную политику, суть которой выражена в «Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы», (далее ГПИР). [1, с. 10]

Государственная программа направлена на достижение главного приоритета страны – перевода национальной экономики в режим интенсивного развития. Задачи ГПИР: модернизация материально-технической базы производства и социальной сферы на основе новых и высоких технологий; повышение уровня высокотехнологического экспорта, импортозамещения, экономической и энергетической безопасности; развитие интеллектуального потенциала и творческой активности населения.

Основные направления ГПИР в производственной сфере: внедрение инноваций во всех секторах экономики и использование в производстве передовых технологий; стимулирование развития высокотехнологичных производств; инвестирование наиболее перспективных инновационных проектов; повышение инновационной активности и восприимчивости производств; внедрение в производство мировых стандартов качества продукции.

Основные мероприятия ГПИР в области инновационной деятельности: разработка и освоение наукоемкой продукции и передовых технологий; развитие новых институциональных и организационных форм инновационной деятельности (создание центров конкурентоспособности); развитие научного потенциала в крупных организациях и концернах в целях превращения их в саморазвивающиеся конкурентоспособные фирмы; развитие Парка высоких технологий.

В связи с тем, что внутренний спрос на отечественную продукцию ограничен, основным источником доходов для высокотехнологического сектора Республики Беларусь является внешний рынок [2]. Решающими факторами являются повышение уровня конкурентоспособности производимой продукции на базе модернизации экономики, рост производительности труда на основе ускорения научно-технического прогресса.

Обеспечение непрерывности инновационного цикла достигается с помощью малых инновационных предприятий, деятельность которых направлена на создание и освоение новых изделий, технологий и материалов, включая научные исследования и разработки. Их преимущество по сравнению с традиционными научно-техническими организациями состоит в большей гибкости, инициативности, лучшей приспособляемости к изменению внешних условий функционирования, ускоренном проведении НИОКР, заинтересованности во внедрении результатов исследований и разработок, то есть во всем том, что определяет более высокую мотивацию их персонала к труду. В Беларуси наибольшее распространение малое инновационное предпринимательство получило в Национальной Академии Наук, где малые научно-инновационные, вендурные и другие предпринимательские структуры являются неотъ-

емлемой частью системы освоения результатов научно-исследовательской деятельности.

Можно выделить следующие основные проблемы существующей инновационной среды республики, нерешенность которых негативно влияет на развитие отечественного инновационного потенциала:

- отсутствие системной, четко структурированной законодательной базы для осуществления всех стадий инновационной деятельности, а также для мер ее государственной поддержки;
- ограниченный платежеспособный спрос на внутреннем рынке на передовые технологии и нововведения, наличие низкого спроса со стороны реального сектора экономики на перспективные – с точки зрения их коммерческого применения – результаты научно-технической деятельности, отсутствие сложившегося рынка инновационной продукции;
- неразвитость специальных финансовых механизмов поддержки отдельных элементов инновационной инфраструктуры, инновационного предпринимательства и самостоятельных инновационных проектов;
- распыление бюджетных средств и недофинансирование исследований (развития знаний) в перспективных областях науки, обеспечивающих, в т.ч., конкурентоспособность экономики страны на мировом рынке.

Решение этой системной проблемы, как показывает зарубежный и отечественный опыт, возможно посредством формирования и развития в Беларуси современной национальной инновационной системы (далее НИС) рыночного типа. Стратегическими приоритетами должны стать информационно-коммуникационные технологии, компьютерные сети, электронная технологическая среда «новой» и традиционной экономики.

Основные направления государственной политики в области формирования и развития НИС включают:

- создание благоприятной для инновационной деятельности институционально-правовой среды (дополнение действующих и разработка новых законов и других нормативно-правовых актов о научной, научно-технической и инновационной деятельности);
- перестройка действующих структурно-функциональных блоков НИС (научного сектора, сферы образования, производственных комплексов), повышения их интегрированности и эффективности в рыночных условиях;
- формирование инновационной инфраструктуры (создание и развитие центров трансфера технологий, инновационно-технологических центров, технопарков);
- развитие инновационного предпринимательства;
- развитие финансовой инфраструктуры [3].

Литература

1. Об утверждении Основных направлений социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 4 ноября 2006 г., № 1475 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. Минск, 2006 г. №86.
2. Белорусский инновационный фонд: реализация инновационных проектов // Промышленный журнал № 3 от 01.05.2010 г. [Электронный ресурс]. 2010. Интернет адрес: http://www.znk.by/arhiv/05_06_10/bif.htm.
3. Шимов В. Н. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы. Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления: учеб. пособие // В. Н. Шимов, Я. М. Александрович, А. В. Богданович и др. Мн.: БГЭУ, 2005.

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ)

Д. Н. Кичкайло

Реальный сектор экономики представляет собой отрасли, производящие материально-вещественные блага, в том числе отрасль строительного комплекса. Опираясь на это, можно сказать, что определяющая роль данной отрасли заключается в создании условий для динамичного развития экономики страны.

Состояние в экономике любой страны зависит от функционирования инвестиционного процесса в целом. Нужно помнить, что в строительных организациях необходимо применять антикризисные меры до того, как они окажутся на грани банкротства. Негативного развития событий целесообразно избегать, и постоянно оценивать контрольные индикаторы состояния целевого финансирования и строительного объекта.

Антикризисное управление – это процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности предприятия, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния экономики [1, с. 23].

Разработка антикризисного управления в организации включает в себя следующие направления:

- координация управления строительной организацией;
- постановка сигналов раннего предупреждения;
- применение резервного финансирования;
- изменение структуры активов и пассивов;
- привлечение инвесторов;
- маркетинговые кампании по развитию имиджа организации;
- планы по работе с поставщиками материалов и услуг.

Результатом этих и некоторых других направлений должен быть план по выведению предприятия из кризиса [2, с. 61].

Анализ финансового состояния предприятия базируется на рассмотрении основных отчетных финансовых документов: бухгалтерского баланса и приложений к нему (отчета о прибылях и убытках, отчета о движении фондов и других средств, отчета о движении денежных средств), также других данных предприятия.

Рассмотрим коэффициенты ликвидности, как мерил кризиса на предприятии на примере Открытого акционерного общества «Новогрудское строительно-монтажное управление» (далее – ОАО «Новогрудское СМУ»):

1) Коэффициент абсолютной ликвидности – показывает ту часть краткосрочных обязательств, которую предприятие может погасить немедленно денежными средствами, а также за счет средств на расчетных счетах и краткосрочных финансовых вложений:

$$K_{\text{абсолют.}} = \frac{ДС + КФВ}{КО} = \frac{\text{стр.250} + \text{стр.260}}{\text{стр.610} + \text{стр.620} + \text{стр.630} + \text{стр.650} + \text{стр.660}} > 0,2-0,5 \quad (1)$$

2) Коэффициент промежуточного покрытия (критической ликвидности) – показывает ту часть краткосрочных обязательств, которую предприятие может погасить, мобилизовав для этого краткосрочную дебиторскую задолженность и краткосрочные финансовые вложения:

$$K_{\text{крит. ликв.}} = \frac{ДЗ + ДС + КФВ}{КО} = \frac{\text{стр.240} + \text{стр.250} + \text{стр.260}}{\text{стр.610} + \text{стр.620} + \text{стр.630} + \text{стр.650} + \text{стр.660}} > 0,7 - 1 \quad (2)$$

3) Коэффициент текущей ликвидности или квота оборотных средств – показывает превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами.

$$K_{\text{тек.ликв.}} = \frac{ОА}{КО} = \frac{\text{стр.290} - \text{стр.220} - \text{стр.216}}{\text{стр.610} + \text{стр.620} + \text{стр.630} + \text{стр.650} + \text{стр.660}} > 2 \quad (3)$$

где: *ДС* – денежные средства; *КФВ* – краткосрочные финансовые вложения; *ДЗ* – дебиторская задолженность; *КО* – краткосрочные обязательства; *ОА* – оборотные активы.

Таблица

Расчет и анализ коэффициентов ликвидности ОАО «Новогрудское СМУ»

Исследуемые коэффициенты	Интервал оптимальных значений	На начало 2011 г.	На конец 2011 г.	Изменения
Коэффициент абсолютной ликвидности	$0,2 \leq K_{\text{абсолют.}} \leq 0,5$	0,21	0,27	+0,06
Коэффициент промежуточного покрытия	$0,7 \leq K_{\text{крит. ликв.}} \leq 1$	0,68	0,69	+0,01
Коэффициент текущей ликвидности	$K_{\text{тек.ликв.}} \geq 2$	1,2	1,03	-0,17

Таким образом, анализ коэффициентов ликвидности показывает, что предприятие находится в неустойчивом финансовом положении. Коэффициент текущей ликвидности не соответствует оптимальному, то есть оборотных средств недостаточно, чтобы покрыть свои краткосрочные обязательства.

Нужно обратить внимание на низкое значение коэффициента абсолютной ликвидности. Обычно это указывает на большую дебиторскую задолженность и снижение платежеспособности организации, а также на недостаток наличных денежных средств для погашения обязательств.

Проведенный анализ ликвидности баланса предприятия показал, что ОАО «Новогрудское СМУ» не в состоянии оперативно рассчитаться по своим краткосрочным обязательствам и предприятие является неликвидным.

В заключение нужно отметить, что перед исследуемым предприятием, как и перед многими другими в данной отрасли стоит проблема улучшения финансового состояния. Для него характерна «реактивная» форма управления финансами, которая базируется на принятии управленческих решений как реакции на текущие проблемы. Т.е. обеспечение наиболее срочных текущих платежей любой ценой, невзирая на все остальные, что приводит к существенным нарушениям интересов руководящего звена, коллективов предприятий и фискальных интересов государства, что во многом обуславливается отсутствием финансовой стратегии [3].

Хотя борьба предприятий за выживание в кризисных условиях требует взаимосвязи организационных, правовых, финансовых и управленческих аспектов, даже такое идеальное сочетание способствующих выходу из кризиса факторов не способно в конкретно сложившейся ситуации быстро стабилизировать экономику стран СНГ. Нужно быть готовыми к тому, что выход из этого кризиса потребует много затрат.

Литература

1. *Савицкая Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. / Г.В. Савицкая. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2003. 400 с.
2. *Шеремет А. Д.* Методика финансового анализа предприятия: учебник / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфуллин, Е.В. Негашев. М.: ЮНИГЛОБ, 2006. 80с.
3. *Тулонина Д. В.* Антикризисное управление / Д. В.Тулонина // Финансовая газета. Региональный выпуск, 2008г. №10. С. 38–41.

АРОМАМАРКЕТИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. А. Кобзева

В Республики Беларусь на данный момент аромаркетинг является достаточно молодым направлением, однако уже есть «пионеры» данного бизнеса.

Первая компания, занявшая нишу аромаркетинга в Беларусь – ООО «АромаСтиль.бай». С 2006 года данная компания заявляет о себе как о производителе арома оборудования и профессиональном изготовителе ароматов.

Второй компанией является ООО «Белтрис». С 2010 года компания представляет российского производителя арома оборудования и ассортимента ароматов. Позиционирует компания себя как компания, предлагающая борьбу с неприятными запахами [1].

И еще две компании, которые функционируют на территории Беларуси – «AromaLine.by», и «Мир ароматов» которые предлагают аромалампы и большой ассортимент аромасел для ароматизации офисов и комнат дома [2].

Направления аромаркетинга, которые предлагают компании на белорусском рынке следующие:

1. Ароматизация помещения.
2. Аромадизайн помещения.
3. Аромаклининг («нейтрализация»).
4. Сезонная ароматизация.
5. Ароматизация мероприятий («разовая»).
6. Аромабрендинг.
7. Аромаполиграфия.
8. Аромасувениры.

Сферы торговли, в которых применяется аромаркетинг:

1. Рестораны, кафе, клубы.
2. Офисы организаций.
3. Магазины любой специализации. Супермаркеты. Бутики.
4. Спорт-центры и сауны, салоны красоты и SPA-салоны.
5. Кинотеатры, развлекательные центры.
6. Клиники, медицинские учреждения.
7. Гостиницы и туристический бизнес.
8. Транспорт и автомобильная индустрия.
9. Художественные галереи, музеи.
10. Казино, залы игровых автоматов.
11. Промо-акции, вечеринки, премьеры, выставки.

При всем многообразии направлений и сфер применения необходимо знать, что большинство технологий ароматизации, которые используются за рубежом, с характерными для них методами не всегда эффективны на белорусском рынке.

Причины на самом деле просты и кроются они в менталитете белорусского народа и в особом белорусском восприятии ароматов.

Веками в белорусской культуре создавались свои национальные ароматы, которые можно почувствовать только на территории Республики Беларусь. Параллельно также складывалось и ощущение, именуемое «ароматической памятью», которая в свою очередь неразрывно связана с белорусскими ароматами.

В Беларуси уникальная национальная кухня, каждому белорусу присущи воспоминания из детства такие как, например, запах свежего пирога или маминого обеда. Каждый белорус, прикрыв глаза, сможет представить полянку в лесу и почувствовать свой памятный аромат и этот аромат не совпадет ни с каким другим ароматом на земле, так как именно такое сочетание ароматов присутствует только в Беларуси. Традиции Белоруссии – это только ароматы Беларуси!

Было проведено соцопрос для выявления того, какой же аромат является самым аппетитным.

Было опрошено 130 человек.

Целевая аудитория – студенты.

Результаты опроса приведены в таблице.

Таблица

Место	Количество опрошенных	Название аромата (продукта)
1	31	Аромат мяса (шашлык, жаренная курочка, гриль, стейки)
2	22	Выпечка (запах свежего хлеба, булочки, пироги)
3	17	Цитрусовые ароматы (апельсин, мандарин)
4	9	Аромат жаренной картошки
5	7	Кофе
6	6	Шоколад
7	6	Ваниль
8	6	Мята
9	5	Яблоко
10	5	Свежие запахи

Выводы: автор пишет, что традиционные запахи, являются самыми аппетитными, однако исследование не дает 100 % подтверждения. Первые два аромата можно отнести к белорусской кухне, а вот апельсины и мандарины в Белоруссии не растут. По мнению автора, данная ситуация сложилась в силу того, что студенты уже с детства пользуются ароматизированными средствами, будь-то это мыла, моющие средства, шампуни

и т.д. Получается, что произошло привыкание к этим ароматам, хоть они и не являются традиционными.

Выбор аромата зависит не только от сферы деятельности, но также многое обусловлено интерьером, музыкальным сопровождением, преобладающим цветовым решением, зоной ароматизации, однако, если отталкиваться от базовых знаний и наиболее универсальных ароматов, то по сферам деятельности ароматы распределились следующим образом:

- гостиницы: ваниль, шоколад, корица;
- мебельные магазины: дерево, кожа, парфюм;
- стоматология: свежие, цитрусово-мятные;
- автосалон: кожа, парфюм;
- финансы: успокаивающие, древесные [3].

Выбор аромата во многом зависит от позиционирования компании. Например, в банковской сфере, если банк ориентирован на элитарную публику, то ароматы будут респектабельными с использованием сложных композиций: запахи дорогих пород дерева и прочие дорогие ноты. Если же банк более демократичный, то ароматы будут подобраны соответствующие, ароматы, направленные на доброжелательность и дружелюбие: ваниль, корица, шоколад, определенные виды цветов.

Литература

1. Аромамаркетинговые компании / Статья [Электронный ресурс]. 2011. Интернет-адрес: <http://xn--80aaumc1nlj6h.xplai/company.html>.
2. Официальный сайт компании «АромаСтиль.бай» / [Электронный ресурс]. 2006. Интернет-адрес: <http://aromastyle.by/>.
3. Аромамаркетинг / [Электронный ресурс]. 2009. Интернет-адрес: <http://propel.ru/pub/158.php/>.

КОНТРОЛЛИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ

М. С. Кричко

В современных условиях чрезвычайно актуальными являются вопросы применения новейших управленческих технологий, которые позволяют мобилизовать управленческий потенциал субъектов и достигать высокого уровня конкурентоспособности.

Организация в современном менеджменте рассматривается как сложная система, т.е. совокупность элементов и связей, образующих соответствующую целостность.

Системой, позволяющей значительно повысить степень эффективности управления предприятием и, как следствие, его финансовую устойчивость, является контроллинг, под которым понимается концепция

управления, синтезирующая в себе управленческий учет, планирование, контроль и аналитическую работу.

Контроллинг – это функционально обособленное направление экономической работы на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической функции в менеджменте для принятия оперативных и стратегических управленческих решений. Основной конечной целью любого коммерческого предприятия является получение прибыли. Контроллинг можно назвать системой управления прибылью предприятия, но в некоторых случаях цели предприятия могут быть и иными, – например, завоевание доли рынка, заполучение своего потребителя, устранение конкурентов, – тогда контроллинг ориентирует усилия предприятия в направлении этих целей, хотя конечная цель та же – получение прибыли.

Основная цель контроллинга – ориентация управленческого процесса на достижение всех целей, стоящих перед организацией. Для этого контроллинг обеспечивает выполнение следующих функций:

- координация управленческой деятельности по достижению целей организации;
- информационная и консультационная поддержка принятия управленческих решений;
- создание и обеспечение функционирования общей информационной системы управления организацией;
- обеспечение рациональности управленческого процесса.
- Вся важность и необходимость появления в организациях контроллинга, можно объяснить следующими причинами:
 - повышение нестабильности внешней среды;
 - усложнение систем управления предприятием требует механизма координации внутри системы управления;
 - информационный бум при недостатке релевантной информации требует построения специальной системы информационного обеспечения управления;
 - общекультурное стремление к синтезу, интеграции различных областей знания и человеческой деятельности.

Современный менеджмент разделяет цели предприятия на две группы: оперативные (краткосрочные) и стратегические (долгосрочные). Поэтому контроллинг позволяет осуществлять постоянный мониторинг за достижениями как стратегических, так и оперативных целей деятельности предприятия. Следовательно, контроллинг как система включает в себя два основных аспекта: стратегический и оперативный.

Цель стратегического контроллинга – обеспечение выживаемости предприятия и «отслеживание» движения предприятия к намеченной стратегической цели развития.

Стратегический контроллинг несет ответственность за обоснованность стратегических планов. Прежде чем осуществлять контроль за достижением какой-либо цели, необходимо установить, насколько обоснованно она выбрана и насколько реально ее достижение. Проверка стратегических планов включает в себя, как минимум, проверку на полноту планов, их взаимосвязи и отсутствие внутренних противоречий. По результатам проведенной проверки следует либо разработать систему контроля за выполнением плана, либо приступить к разработке альтернативных вариантов стратегического плана.

Цель оперативного контроллинга – создание системы управления достижением текущих целей предприятия, а также принятие своевременных решений по оптимизации соотношения затраты-прибыль. Как правило, систему оперативного контроллинга используют для поддержания оперативных решений по недопущению кризисного состояния.

Таким образом, основная задача контроллинга – нацеливать систему управления предприятием на достижение поставленных целей. Использование методологии стратегического и оперативного контроллинга в качестве инструмента поддержки деятельности менеджеров может существенно повысить эффективность функционирования системы управления предприятием.

Литература

1. Интернет-бизнес блог [Электронный ресурс] / Эффективность управления организацией. 2011. Интернет-адрес: <http://i-biz.com.ua/bussiness/effektivnost-upravleniya-organizaciej.html> /.
2. Толкач В. В. Контроллинг – немецкая идея, получившая международное признание /В.В. Толкач // Академия контроллинга [Электронный ресурс]. 2005. Интернет-адрес: http://ca-controlling.ru/engine_static/controlling-akademie.ru/pdf/controling.pdf /.
3. INFO MANAGEMENT [Электронный ресурс] / Концепция контроллинга в системе управления предприятием. 2011. Интернет-адрес: http://infomanagement.ru/avtorskaya_statya/Kontroling/1 /.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О. А. Пономаренко

Большую значимость в экономическом росте Беларуси и росте конкурентоспособности имеют инвестиции. Во многом это объясняется высокой степенью изношенности существующих основных фондов, и, таким

образом, привлечение инвестиций дает большой эффект в росте производительности.

Сегодня можно выделить следующие причины, по которым выгодно инвестировать в экономику Республики Беларусь.

1. Прогрессивное законодательство, в том числе инвестиционное. Для привлечения иностранных инвесторов на территории Республики Беларусь созданы надежные правовые условия, обеспеченные международными соглашениями, и национальным законодательством. В Беларуси действуют более 60-ти двухсторонних соглашений о защите инвестиций, а также с более 60 странами Беларусь связывают соглашения об избежании двойного налогообложения. Данными соглашениями предоставлены дополнительные гарантии прав и защиты инвестиций стран Евросоюза, СНГ, Азии, Латинской Америки. На уровне национального законодательства, основой инвестиционной деятельности в Республике Беларусь является Инвестиционный кодекс Республики Беларусь, положения которого направлены на стимулирование инвестиционной деятельности и защиту прав инвесторов [1].

2. Выгодное экономико-географическое и геополитическое положение в центре Европы. Беларусь является важным транспортным и коммуникационным звеном между Россией и Европой. Через Беларусь проходит доступ к трем крупным рынкам сбыта: Европа, СНГ и страны Таможенного союза. Беларусь является восточной границей Европейского Союза. Все это может стать своего рода плацдармом для зарубежных инвесторов в плане освоения новых перспективных рынков стран СНГ и привести к оптимизации логистических расходов потенциального инвестора. Этому во многом способствует развитая сеть автомобильных и железнодорожных путей сообщения между странами ЕС и СНГ.

3. Таможенный союз. Ликвидация внутренних таможенных границ и доступ к емкому рынку стран-участниц Таможенного союза в 170 млн. человек, повышение конкурентоспособности продукции за счет снижения транспортных и временных издержек при экспорте продукции в Европу, таможенных расходов при реализации продукции в Россию и Казахстан, использования налоговых преференций особенно для высокотехнологичных производств.

4. Развитая сеть транспортных коммуникаций и инфраструктура. Беларусь расположена на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем газо- и нефтепроводов, систем связи, водных и воздушных путей сообщения между промышленно развитой Западной Европой и богатой природными ресурсами Азией. Беларусь пересекают 2 трансъевропейских транспортных коридора, по международной классификации № "II" ("Запад-Восток") и под № "IX" ("Север-Юг") с от-

ветвлением ”IXB“. Ежегодно через территорию страны следует свыше 100 млн. тонн европейских грузов, из них около 90 процентов – между Россией и ЕС.

5. Приватизация. Основной предпосылкой для прихода инвесторов в Республику Беларусь является сокращение доли государственного сектора и приватизация государственной собственности. При этом максимально обеспечивается рациональное использование ресурсов и производственного потенциала, улучшение финансового положения организаций, повышение инвестиционной активности субъектов хозяйствования. Сегодня осуществляется переход к системной приватизации, основанной на прозрачных механизмах продажи государственной собственности, ответственности новых собственников по принятым на себя обязательствам, мониторинге работы реформированных предприятий.

6. Государственно-частное партнерство. Данная форма взаимодействия между государственными органами и бизнесом позволяет преодолеть экономическое противоречие, когда стратегически важные объекты не могут быть переданы в частную собственность, но государственный бюджет не в состоянии обеспечить их финансирование в должном объеме.

7. Стабильная внутривнутриполитическая обстановка, отсутствие конфликтов межнационального и религиозного характера.

8. 8. Благоприятные экологические условия. По итогам 2012 года Беларуси присвоен лучший экологический индекс среди стран СНГ – 53-я позиция среди 163 страны, составленный учеными Йельского и Колумбийского университетов.

9. Высокий образовательный и научно-технический потенциал. Более 90 % населения республики имеют высшее, среднее или базовое образование. В стране 55 высших учебных заведений, осуществляющих подготовку по 437 специальностям. Учитывая богатый интеллектуальный потенциал, в республике развиваются микроэлектроника, разрабатываются информационные, нано- и биотехнологии.

10. Развитая экспортно-ориентированная промышленность. Страна входит в число лидеров среди мировых экспортеров грузовых автомобилей, тракторов, дорожно-строительной и коммунальной техники. Республика удерживает лидирующие позиции в регионе СНГ в области химической и перерабатывающей промышленности, по отдельным направлениям развития информационно-коммуникационных технологий.

11. Низкие производственные расходы (аренда, связь, коммуникации, электроэнергия, инфраструктура). Для зарубежного инвестора это означает хорошую возможность для реализации инвестиционных проектов, создания совместных производств по выпуску экспортно ориентирован-

ной продукции, создания предприятий со 100 % иностранным капиталом, открытия представительств, офисов, складских помещений, демонстрационных залов.

12. Свободные экономические зоны. В Беларуси сформированы и развиваются 6 свободных экономических зон (СЭЗ) с либеральными условиями хозяйствования. Их создание и развитие – одно из приоритетных направлений государственной инвестиционной политики республики. В СЭЗ, расположенных в областных центрах, действует льготный налоговый и таможенный режимы. Основные иностранные инвесторы на территории СЭЗ: Германия, Великобритания, Чехия, Италия, США, Польша, Швейцария, Россия. Наиболее важными кредиторами являются США, Израиль, Латвия, Голландия, Чехия и Швейцария [2].

По результатам 2012 года в экономику Республики Беларусь вовлечено 151,9 трлн. рублей инвестиций в основной капитал, что в сопоставимых ценах составило 90,2 % к уровню 2011 года. Снижение темпа роста в определенной мере обусловлено политикой сжатия внутреннего спроса, оптимизацией осуществления финансирования государственных программ и сокращением собственных средств организаций и кредитования экономики. При этом не в полной мере осуществлено замещение выпадающих объемов внутренних источников инвестиций иностранными источниками, доля которых составила 9,2 % [3].

В 2012 году наблюдалось резкое снижение инвестиционной активности. Наряду с имевшими место объективными причинами уменьшения реального объема инвестиций в основной капитал на 13,8 % в сопоставимых ценах по сравнению с 2011 годом (сокращение финансирования госпрограмм, пересмотр государственной политики и изменение законодательства в области жилищного строительства, оптимизация государственной поддержки в части финансирования жилищного строительства, ужесточение денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики, высокая стоимость кредитных ресурсов, ограниченная платежеспособность субъектов хозяйствования и населения, значительный отток кадров в строительстве), на результаты повлияла и база сравнения – высокий темп роста инвестиций в 2011 году относительно 2010 года (117,9 %) [4]. Снижение инвестиционной активности в организациях, подчиненных республиканским органам государственного управления и местным исполнительным и распорядительным органам, объективно отражает их реальные возможности в финансировании капитальных расходов за счет собственных и заемных ресурсов при ограничении финансовой (кредитной) поддержки на льготных условиях. Сохраняется тенденция низкого привлечения ПИИ в отечественную экономику. При этом работу государственных органов по привлечению ПИИ следует признать неудовле-

творительной. Привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ) на чистой основе в 2012 г. составило 1376,5 млн. долларов США при прогнозе 3,7 млрд. долл. США. Не выполнен прогнозный параметр на 2012 г. за счет приватизации в объеме 2,5 млрд. долл. США. За 2012 год за счет продажи акций, принадлежащих государству, поступило только 3,2 млн. долларов США (менее 1 %). Наибольшее отставание в выполнении прогнозных заданий по привлечению ПИИ на чистой основе зафиксировано у Минэнерго (2,5 % от задания), Минздрава (16,4 %), концернов «Беллегпром» (12,7 %) и «Белнефтехим» (17,9 %) [5].

Удельный вес инвестиций в основной капитал в ВВП составил 28,8 % [3].

Всего за 2012 г. в реальный сектор Республики Беларусь (без банков) поступило 14,3 млрд. долларов валовых иностранных инвестиций, из них прямых – 10,4 млрд. долларов (73 % от общего объема), портфельных – 0,02 млрд. долларов, прочих – 3,9 млрд. долларов.

ТОП-10 стран-доноров прямых иностранных инвестиций (ПИИ) (с учетом задолженности прямого инвестору за товары, работы, услуги) в 2012 году в Республику Беларусь включает в себя следующие страны: Россия – 48,6 %, Соединенное Королевство – 32,0 %, Кипр – 4,6 %, Украина – 3,4 %, Германия – 1,4 %, Польша – 1,2 %, Литва – 1,2 %, США – 1,0 %, Австрия – 1,0 %, Китай – 0,8 %. На долю прочих стран-доноров приходится – 4,7 % [5].

Привлечение прямых иностранных инвестиций на чистой основе (без учета задолженности прямому инвестору за товары, работы, услуги) за 2012 год составило 1376,5 млн. долларов США [3].

Литература

1. Национальный правовой интернет портал Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. 2013.
2. Инвестиционная политика – Министерство экономики Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy>.
3. Национальный статистический комитет // [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://belstat.gov.by/index.htm>.
4. ДЕЛО – Белорусский деловой журнал о бизнесе // [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://delo.by/>.
5. Итоги социально-экономического развития Республики Беларусь за 2012 год и задачи на 2013 год. Институт экономики Национальной академии наук Беларуси // [Электронный ресурс]. 2012. Интернет-адрес: http://economics.basnet.by/files/Itogi_2012.pdf.

СТИМУЛИРОВАНИЕ И СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ю. В. Протасевич

Термин «сбыт» пришел в рыночную экономику Беларуси из советских времен, но он очень точно отражает концептуальную основу предмета. Речь идет об исключительно широкой сфере деятельности фирм, производящих товары и оказывающих услуги, которая связана с продажей этих товаров и услуг промежуточным либо конечным покупателям. Сбыт подразумевается как сфера деятельности предприятия-производителя, имеющая своей целью реализацию продукции на соответствующих рынках.

Все организационные решения по сбытовой политике фирмы должны быть приняты только после анализа существующей ситуации и должны быть нацелены на выполнение конкретных задач предприятия, или получение максимальной прибыли или завоевание наибольшей доли рынка. [2, с. 338].

Сбытовая политика должна быть направлена на обеспечение успешной коммерческой деятельности предприятия по сбыту готовой продукции, заключение договоров с покупателями на поставку выпускаемой продукции, формирование годовых планов производства, ежемесячный анализ выполнения плана поставок и принятие мер по выполнению цехами задолженности по поставке продукции, проведение мероприятий по ликвидации расходов по сбыту продукции, регулирование взаимоотношений с потребителями.

Безусловно, путей совершенствования и стимулирования сбытовой деятельности существует великое множество. Самыми эффективными будут являться:

- усовершенствовать организационную структуру предприятия и отдела сбыта;
- вести постоянный поиск заказчиков на продукцию, производимую предприятием,
- проанализировать спрос на новые товары, производство которых может быть реализовано предприятием;
- обеспечить качественную рекламу всех товаров предприятия;
- уменьшить производственные издержки и накладные расходы по реализуемым предприятием товарам.

Особое положение отдела маркетинга определяет цели его деятельности и состав решающих их задач. На отдел возлагаются определенные функции. Функции отдела впоследствии налагаются на структуру отдела и осуществляются в должностных инструкциях работников отдела. Пла-

нируя затраты на маркетинг, необходимо включить в их состав наряду с продвижением продукта, расходы, которые не учитываются отделом при составлении плана маркетинговых мероприятий – это упаковка, организация продаж и заработная плата.

Таким образом, планируя использование средств рекламы, мы должны хорошо знать какие показатели охвата частотности, и силы воздействия обеспечивает то или иное средство рекламы. Небольшую характеристику основных средств распространения информации дадим в нижеследующей таблице.

Таблица

Основные виды средств распространения рекламы

Средство рекламы	Преимущества	Ограничения
Газеты, журналы	Своевременность, хороший охват местного рынка; широкое признание и принятие; высокая достоверность	Кратковременность существования; низкое качество воспроизведения; незначительная аудитория «вторичных» читателей
Телевидение	Сочетание изображения, звука и движения; чувственное воздействие; высокая степень привлечения внимания: широта охвата	Высокая абсолютная стоимость; перегруженность рекламой; мимолетность рекламного контакта
Наружная реклама	Гибкость, высокая частота повторных контактов; невысокая стоимость	Отсутствие избирательности аудитории; ограничения творческого характера
Радио	Массовость использования; высокая географическая и демографическая избирательность; низкая стоимость	Представление только звуковыми средствами; степень привлечения внимания ниже, чем у телевидения; отсутствие стандартной структуры тарифов

Источник: [3]

В целях пропаганды продукции предлагается разработка мероприятий, направленные на создание положительного имиджа предприятия (благотворительные мероприятия, пропаганда передового сбыта, связь с прессой, телевидение, радио, формирование общественного мнения).

Необходимо отметить, что планирование рекламных мероприятий проводится отделом лишь в разрезе стоимости средств продвижения товара на рынок, а также сроков осуществления рекламной компании. Но маркетинговая деятельность слишком часто не дает нужного результата по той причине, что направлена на людей или организации, которые никогда не станут постоянными покупателями, поскольку не являются целевой аудиторией. Да и просто не могут быть ею. Поэтому, в плане по рекламе необходимо правильно выбрать целевую аудиторию, а также

необходимо сконцентрировать свои усилия на одной единственной цели [3, с. 329–340].

Для выбора носителя рекламы и времени ее выхода мною необходимо определить охват аудитории, относительный тариф, индекс избирательности. Так как только телевидение и радио являются наиболее эффективным в плане размещения рекламы СМИ, то рациональным было бы вложение основных денежных средств именно в эти два вида рекламы, и на основе этого разработать бюджет рекламной компании.

Так же, на предприятии, где хорошо налажена работа по подготовке и повышению квалификации кадров, наблюдается значительный рост технического уровня работников, а подготовка и повышение квалификации кадров положительно влияют на увеличение производительности труда.

Поэтому с каждым днем нужно совершенствовать работу по подготовке и повышению квалификации кадров. Для этого предполагается:

а) определить потребности в подготовке и повышении квалификации работников по профессиям;

б) разработать в установленном порядке годовые планы по подготовке и повышению квалификации кадров и обеспечение их выполнения;

в) создать базу для профессионального обучения рабочих на производстве;

г) разработать меры по изготовлению и внедрению специфических средств обучения;

д) организовать курсовое обучение и курсы повышения квалификации работников непосредственно на предприятии;

е) провести анализ результатов и эффективности подготовки кадров;

ж) изучить разработку предложений, направляемых руководству предприятия, по дальнейшему совершенствованию форм и методов обучения кадров на предприятии.

Необходимо также отметить тот факт, что особенно важно Совершенствование сбытовой деятельности на зарубежных (западноевропейских) рынках. Поскольку для стабильного роста производства и прибыли необходим рост реализации продукции, необходимо искать новые каналы сбыта, а при такой насыщенности внутреннего рынка остается искать их только на зарубежных рынках, поэтому, лишь освоение все большего количества иностранных рынков может позволить многим белорусским предприятиям прогрессировать и развиваться. [1, с. 329–340].

Литература

1. *Хрипач В. Я.* Экономика предприятия: учебник. Мн.: Экономпресс, 2001.
2. *Кардашин Л. И.* Основы технологии товародвижения и организации торговли. М., 2003.

3. *Моисеева А. К., Аниськин Ю. П.* Современное предприятие, конкурентоспособность, маркетинг, обновление. М., 2003.

КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

И. П. Рабецкая

На сегодняшний день кадастровая оценка земель в Республике Беларусь находит достаточно широкое применение на практике, и ее результаты используются для самых различных целей.

Кадастровая оценка земли – это определение кадастровой стоимости земель, земельных участков на определенную дату для целей, предусмотренных законодательством [1, 2].

Государственная кадастровая оценка земель основывается на классификации земель по целевому назначению и виду функционального использования, проводится с учетом ценового зонирования территории, однородных по целевому назначению, виду функционального использования и близких по значению кадастровой стоимости земельных участков. Учитываются факторы сложившейся застройки и землепользования, размещения линейных объектов (улиц, дорог, рек, водотоков, путепроводов, железных дорог и др.), а также границы кадастровых районов или кадастровых кварталов.

Определение кадастровой стоимости земельных участков является неотъемлемой и важной частью формирования и ведения государственного кадастра недвижимости и необходимо при проведении любых видов сделок с земельными участками, а так же для расчета налогооблагаемой базы по земельному налогу.

Кадастровая стоимость является расчетной величиной, отражающей представления о ценности (полезности) земельного участка при существующем его использовании. На сегодняшний день результаты кадастровой оценки земель в Республике Беларусь играют важную роль в государственном управлении земельными ресурсами. Основное направление использования результатов кадастровой оценки – в качестве базы для расчета налогов. А налоги – это важная статья доходов государства. Кроме того, кадастровая стоимость применяется в качестве базы для расчета выкупных цен и арендных платежей за земельные участки в связи с тем, что в настоящее время это единственный показатель, максимально приближенный к уровню рыночных цен.

В Республике Беларусь законодательной основой земельного кадастра является Кодекс о земле, в котором определена структура земельного кадастра.

Первые работы по кадастровой оценке начали проводиться после издания Приказа Государственного комитета по земельным ресурсам, геодезии и картографии Республики Беларусь от 10.03.1997 № 13 «Об утверждении Методических указаний по кадастровой оценке земель сельхозпредприятий». Изданные методические рекомендации послужили основой первых работ по кадастровой оценке в нашей стране и явились первым шагом на пути ее становления.

Кадастровая оценка земель, земельных участков населенных пунктов проводится по состоянию на 1 января года ее проведения (дата оценки). Земли оцениваются отдельно по каждому из видов их функционального использования (жилая многоквартирная, жилая усадебная, производственная, общественно-деловая и рекреационная зона), каждый из которых характеризуется особенностями расчета стоимости. Согласно белорусскому законодательству, кадастровая стоимость земли должна определяться не реже, чем 1 раз в 5 лет [2].

Таким образом, кадастровая оценка земель имеет огромное значение для государства и требует пристального внимания и регулирования.

Литература

1. Дудко В. Ф. Земельный кадастр. Горки: Белорусская сельскохозяйственная академия, 1994. 176 с.
2. Национальное кадастровое агентство // Официальный сайт ГУП «Национальное кадастровое агентство» [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://nca.by/rus/>.

РЫНОК ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ЗАНЯТОСТИ

А. О. Свиридо

В связи с переходом Беларуси к рыночным отношениям и развитием кризисных явлений в экономике, в современном белорусском обществе определяются особенности социально-экономических процессов. Поэтому в стране обострились существовавшие ранее проблемы занятости населения [8].

Одной из основных целей макроэкономической политики нашего государства является достижение высокого уровня занятости.

Как мы видим на диаграмме (рис. 1), в 2012 году численность занятого населения нашей республики весьма снизилась. В январе-сентябре 2012 г. в экономике республики было занято 4570 тыс. человек, что на 2,1 % меньше, чем в январе-сентябре 2011 г. [4].

За последние годы на национальном рынке труда сложилась ситуация, когда спрос на работников и количество имеющихся вакансий пре-

высили численность безработных. Но при этом почти 77 % имевшихся вакансий связаны с рабочими профессиями. Такое положение дел кардинально не меняется на протяжении ряда лет.

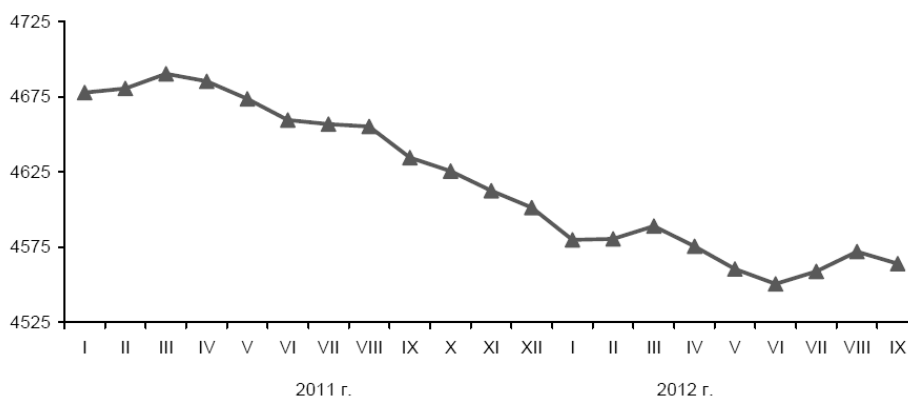


Рис. 1. Численность занятого населения Республики Беларусь: тысяч человек

На рынке труда востребованы работники строительных профессий, слесари, логисты, профессии, связанные с производством, топ-менеджеры, программисты, эйчары, прогнозисты, водители, среди специалистов – врачи, инженеры различных профилей, в сельской местности – механизаторы, трактористы, операторы машинного доения, животноводы, ветврачи, зоотехники, и др.

Наиболее остро в стране стоит проблема оттока квалифицированных специалистов в другие страны. В Республике Беларусь сегодня фиксируется отток как абитуриентов, так и квалифицированных специалистов [5]. Потоки выезжающих из Беларуси трудовых мигрантов направлены как в ближнее, так и в дальнее зарубежье. Как и прежде, основной поток направлен в Россию. Также граждане Беларуси выезжали в США, Польшу, Чехию и другие страны. Неприятно отмечать, что «уходить на сторону» стали сегодня молодые ученые, аспиранты и даже студенты. Молодая поросль, оценивая уровень оплаты научного и высококвалифицированного труда за рубежом и в Беларуси, видит, что разрыв в большинстве сфер значителен. Зачастую именно это и предопределяет мотивацию к миграции. Кстати, по данным центра, молодежь до 35 лет составляет примерно половину уехавших. В то же время 25–35 лет – возраст, наиболее продуктивный для научной работы. Таких в отечественной науке, в свою очередь, менее 12 % [1]. В последние годы Президентом и правительством принят ряд мер, направленных на качественное улучшение организации научной, научно-технической и инновационной деятельности, предотвращение неоправданных потерь высококвалифицированных кадров. Именно благодаря этому в последние годы в Беларусь стали возвращаться ученые, покинувшие ее несколько лет назад.

Для достижения эффективной занятости в стране требуется определенное время и дополнительные финансовые средства. В настоящее время предприятия выплачивают часть своих доходов для формирования фонда занятости. Предполагается, что эти отчисления будут расходоваться преимущественно на пособия по безработице работникам бюджетных учреждений на переобучение кадров и содержание служб занятости. Например, в Швеции существует механизм, где безработица заметно меньше, чем в других государствах с развитой рыночной экономикой. Там представляется система экономических льгот предприятиям, которые сами создают у себя дополнительные рабочие места и трудоустраивают высвободившихся работников, переобучая их. В награду такие предприятия могут освобождаться от части налогов, получать льготные кредиты под прирост рабочих мест и т. д. [2].

В нашей стране для регулирования занятости правительством разрабатываются специальные программы, которые предусматривают увеличение рабочих мест, организуются оплачиваемые общественные работы, переподготовка и обучение безработных новым профессиям, создаются благоприятные условия, стимулирующие миграцию работоспособного населения в те регионы страны, которые испытывают дефицит рабочей силы, создаются определенные мероприятия для обеспечения эффективной занятости, постепенно создаются проекты, которые помогают молодым специалистам поверить в свои силы и воплотить в жизнь заветные цели, не меняя прописки, создается система переобучения тех, кто потерял рабочее место или профессию [6, с. 645].

В заключении хотелось бы добавить, что важнейшим аспектом государственного регулирования рынка труда является забота государства о достижении в стране наиболее полной и эффективной занятости как важной социальной гарантии для экономически активного населения, механизм формирования которого будет постоянно совершенствоваться применительно к новым условиям развития рыночной экономики, формирования эффективной социальной политики [8].

Литература

1. Газета Рэспубліка [Электронный ресурс] / Здесь родился, за рубежом пригодился? Интернет-адрес: <http://www.respublika.info/4620/inner/article26894/>.
2. Государственная политика занятости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.bestreferat.ru/referat-125635.html>.
3. Интернет-адрес: http://mintrud.gov.by/ru/activity/new_url_1289468183/new_url_203696684.
4. Занятость населения и безработица [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/doclad/2012_10/14.pdf.

5. Информационно аналитический ресурс о системе высшего образования [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.edubelarus.info/uploads/ehea/negativ.pdf>.
6. *Кажуро Н. Я.* Основы экономической теории: учеб. Пособие. Мн., ООО «ФУ Аинформ», ООО «Мисанта», 2005. 645 с.
7. Особенности безработицы и политики занятости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.bestreferat.ru/referat-212105.html>.
8. Тонкости кредитования DebtExpert [Электронный ресурс] / Безработица и ее роль. Интернет-адрес: <http://www.debtexpert.ru/debts-293-1.html>.

РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА

А. В. Стаховец

В настоящее время компании уделяют большое внимание разработке и совершенствованию фирменного стиля с помощью такого инструмента, как брендбук.

Брендбук – это свод правил, которые устанавливают порядок использования всех элементов фирменного стиля компании.

Фирменный стиль – совокупность атрибутов (графика, цвет, аудио- и видео-элементы и пр.), которые обеспечивают единство и уникальность товара (услуги) и самой компании.

Брендбуки бывают двух видов: брендбук компании и брендбук конкретного продукта (услуги).

Брендбук выполняет ряд функций, а именно:

- регламентирует использование корпоративного стиля фирмы и его элементов во всех аспектах деятельности (при работе с поставщиками и партнерами при проведении рекламных кампаний и т.п.);
- дает общее описание компании (товара, услуги): цели, ценности, целевая аудитория и т.д.;
- обеспечивает узнаваемость товарной или торговой марки за счет единства в визуальном восприятии продукта или компании и выделения эксклюзивных характеристик;
- упрощает и унифицирует процесс оформления мест продажи товара и оформления деловой документации;
- облегчает работу маркетологов, которые четко должны представлять себе торговую марку, которую они продвигают (рекламируют).

Структура брендбука не является универсальной.

Приведем общую схему построения брендбука:

- общее описание бренда (философия, ценности, целевая аудитория, концепция бренда);

- логобук (логотип, пропорции, специфика цветов, шрифты, правила использования товарного знака);
- оформление деловой документации (визитки, конверты, папки);
- бизнес-сувениры (блокноты, ежедневники, ручки, кружки);
- рекламная полиграфия (буклеты, листовки, афиши, брошюры);
- оформление наружной рекламы (вывески, стенды);
- реклама в средствах массовой информации (примеры допустимого и недопустимого построения рекламных блоков);
- интерьер офиса (интерьер, униформа) [1].

Услуги по разработке брендбука в Беларуси предоставляют различные рекламные агентства, индивидуальные предприниматели, студии дизайна и брендинговые агентства. На их счету – брендбуки, созданные по заказу самых разных компаний: турагентств, аптек, банков, обслуживающих организаций, строительных фирм, лизинговых компаний. Например, Белорусский Банк Малого бизнеса, «Заботливая аптека», группа компаний «Вест Лизинг», «Белорусские обои» и другие [2].

Следовательно, в Республике Беларусь маркетинговый инструмент – брендбук – становится все более популярным.

Если сравнить популярность использования брендбука в Беларуси и России, то, несомненно, в Российской Федерации такой маркетинговый продукт как брендбук используются гораздо шире (охватывает компании из большего числа сфер жизни общества). Так, к примеру, брендбуки уже имеют некоторые государственные корпорации, благотворительные фонды, нефтяные компании, крупные промышленные предприятия, банки, страховые компании. Этот список можно дополнить спортивными клубами, мобильными операторами, торговыми, туристическими и курортными центрами. Вот конкретные примеры: Банк Москвы, «Росатом», «Мегафон», Сбербанк, хоккейный клуб «Спартак» и другие [3].

В России наблюдается брендинг организаций и продуктов, но и отдельных территорий. Самым ярким примером является Пермский край, где были созданы брендбуки для городов и поселков, в которых сделали акцент на особенностях, интересных фактах конкретной территории и отразили местный колорит. В этих брендбуках больший упор делался на описании сувенирной продукции и описании территории [4].

В использовании брендбуков интересным, на мой взгляд, еще является опыт США. Масштаб экономики и уровень развития этой страны накладывает отпечаток и на маркетинг, а в частности и на применение брендбуков в деятельности компаний. В крупных американских организациях брендбук негласно является обязательным. Об этом может свидетельствовать список компаний, которые уже используют в своей деятельно-

сти «книгу о бренде»: General Electric, Ford, Bentley, Mastercard, Java, McDonalds, Microsoft.

Еще особенностью США, да и Великобритании, в отношении брендинга является то, что большинство университетов и колледжей в этих странах прибегли к созданию собственных брендбуков. Опыт «туманного Альбиона» примечателен также тем, что брендбуки уже разработаны для многих объектов социального назначения (к примеру, для Национальной службы здравоохранения, пожарных служб, для транспорта Лондона и др.). Интересной находкой, на мой взгляд, можно считать разработку брендбука для Олимпийских игр 2012 года в Лондоне [3].

На основе всего вышеизложенного белорусским компаниям, предоставляющим услугу по созданию брендбука, можно дать следующие рекомендации:

- расширять клиентскую базу, предлагать свои услуги как состоявшимся компаниям, так и тем, которые находятся на стадии роста. При этом необходимо выработать индивидуальный подход к каждому клиенту (разная схема построения брендбука, выделение тех элементов, которые заказчик считает наиболее значимыми для подчеркивания своей уникальности);

- не останавливаться только на корпоративных брендбуках, но и создавать их для отдельных товаров, оказываемых услуг;

- акцентировать внимание на национальной культуре Беларуси, формируя «книги исконно белорусских брендов», делая акцент на сувенирной продукции из разных туристических центров;

- уделять внимание не только производственным предприятиям, финансовым компаниям, но и образовательным учреждениям (учитывая важность сферы образования в Республике Беларусь и ее специфику)

- сделать заявку на разработку брендбука для Чемпионата мира по хоккею 2014 года.

Используя брендбук, организация делает шаг на пути к совершенствованию.

Литература

1. Brandbook. Разработка брендбука. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://cnc.by/uslugi/breeding/brandbook-brendbuk>.
2. Примеры разработанных брендбуков компанией AIDA Pioneer. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.aidapioneer.by/brendbuk>.
3. Таблица просмотра брендбуков компаний. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://www.ph4.ru/bb_seetab.ph4.
4. Пермский край: чайники, варежки и ... НЛЮ. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://imagebelarus.by/node/82525>.

ПЛОЩАДИ И ФОРМИРОВАНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА ЦЕНТРА ПАРИЖА

Е. С. Суханина

Площадь – это особое пространство, воплощающее образ города, пространство вобравшее в себя особенности городской среды, пространство, непосредственно воздействующее на человека. Древнегреческий эпос описывает создание центра поселения как пустого места вокруг воткнутого копья военного вождя, а по перпендикулярам тени, брошенной копьем, разбивку улиц. Выдающиеся архитекторы-теоретики древности и современности посвятили много страниц своих трактатов проблемам площадей, в русской культуре XX века таким авторами были Д. Аркин и И. Иконников.

Значение и характер городских площадей существенно изменился с момента их зарождения в античности до понимания их нашими современниками. Сегодня часто единственная цель площадей заключается в обеспечении воздухом и светом урбанистического города, внесении некоторого разнообразия в монотонный порядок домов и кое-где раскрытие вида на крупные здания, подчеркивая их архитектурную выразительность. Совсем иначе было в древности. Тогда главные площади любого города играли роль общественных центров, на них протекала большая часть публичной жизни горожан. Пример такой площади-агоры в Древней Греции мы находим в Афинском Акрополе – укрепленной части древних Афин на возвышающемся в центре города холме. Французский архитектор О. Шуази одним из первых теоретиков попытался объяснить скрытый порядок организации ансамбля Акрополя: храмы, открытые воздуху, расставленные свободно, но с тем учетом рельефа местности и общей панорамы, так что в каждый определенный момент в пределах видимости оказывается только один объект: ясность и простота организации пространства позволяет человеку ощущать себя спокойно, уравновешенно и в гармонии с природой и окружением. Композиция ансамбля Акрополя носит открытый характер. Пространство определяется отношениями между зданиями и площадью, в центре которой стоит статуя богини Афины. Площадь, по сути, является пустотой, интервалом между материальными вещами. Древнеримские площади, форумы, это уже закрытые пространства, застроенные по периметру базиликами и храмами. Форум для города – то же, что атриум римского дома – благоустроенный, богато обставленный главный зал [1, с. 74].

Средневековые значительно изменило мироощущение европейца, и вслед за этим – чувство пространства: иной становится структура городов и площадей. Сначала замок, потом посадки около замка, но в том и

другом случае, средневековый город – это тесное замкнутое пространство. Поэтому средневековая площадь закрыта и эмоционально тесна, восприятие главных зданий на ней раздроблено и располагаются они по большей части хаотично. Небольшая площадь вырывается из лабиринта улиц со скученными домами, неправильности и изломы ее сторон открывают прилегающие улицы в очень узкой перспективе.

Площади Ренессанса по своему характеру являются полной противоположностью средневековым. Для площадей этой эпохи характерна уравновешенная красота, располагающая к покою, они сомасштабны человеку и представляют собой некие резервуары статичного пространства, замкнутого в геометрически простейшие формы, ясно читаемые и наполненные воздухом. Отграничивающие пространство контуры уравновешенны по отношению к идеальному центру. Центральное построение, как и вся благороднейшая форма целостного, замкнутого в себе и спокойного пространства, стала идеальной задачей архитектора эпохи Ренессанса.

Пространство площадей барокко лишено замкнутой целостности, уравновешенности и уже, наоборот, дает своеобразное развертывание и динамику. Основным мотивом со всевозможными вариациями в эту эпоху стало пространство театральное, замкнутое с трех сторон и открытое в четвертую (со стороны зрителя). Возникает стремление достичь композиционной связи городских пространств в целом. Важным моментом барочных площадей является выделение их центра и основных осей памятниками и обелисками.

В классицизме отношение к площади снова меняется: она уже не может оставаться ни «островным» образованием в ткани застройки, как в средневековье, ни «парадным залом» города, как в период Ренессанса, ни пространством, целиком ориентированным на монументальные ансамбли, как в барокко. Площадь становится активным узлом городской структуры, организующим и направляющим сквозное движение, связанным улицами с другими площадями в единую, ясно организованную систему городского организма. Отсюда раскрытость и проницаемость площади классицизма как главная ее особенность.

Одним из самых запоминающихся, гармонично построенных городов, имеющих художественный образ всех стилистических направлений, является Париж. Это город воспринимается как целостная картина, состоящая из многих различных частей, ясно связанных между собой. Площади Парижа и являются своеобразными композиционными и смысловыми узлами, создающими образ города, представляют собой типы пространств различных эпох. Так площадь Вандом и площадь Вогезов являются классический пример Ренессансного пространства, геометриче-

ски правильного, ясного и замкнутого, характер которого отсылает нас к древнеримским форумам. Центром площади Вандом является вандомская колонна, организующая пространство уходящей ввысь строгой вертикалью. Площадь Сен-Мишель имеет барочный облик, она ограничена с трех сторон и открыта в четвертую, обращенную к «зрителю» и уходящую в перспективу улицы. Композиционным центром и основным акцентом здесь служит барочный фонтан, как органичная часть фасада монументального здания.

Самым ярким и едва ли не первым по значимости архитектурным ансамблем Парижа является площадь Согласия, спроектированная Ж.А. Габриэлем в XVIII веке. Она представляет собой тип классицистической площади, формирующей современный облик центральной части Парижа. Пространство ее не имеет четких материальных пределов в виде замыкающих площадь зданий. Зданиями она ограничена только с одной стороны, с северной, с востока и запада ее «закрывают» парки, а на юге река. Именно эта парижская площадь внесла в традиционное понимание ансамбля, сложившееся в XVI–XVII вв. весьма существенные поправки Нового времени. С востока и запада ее ограничивают парки, на юге она соединяется с рекой, лишь с северной стороны она ограничена зданиями: двумя построенными Ж.А. Габриэлем симметричными корпусами, образовавшими поперечную ось, проходящую через площадь, и образованную ими улицу Ройяль. Ось закреплена на площади двумя фонтанами, а на пересечении основных осей был поставлен памятник королю Людовику XV, а позднее высокий обелиск. Обелиск играет роль одной доминанты площади, акцентируя пересекающиеся на ней оси [2, с. 154].

Площадь Согласия являет собою особенное городское пространство, существующее в контрасте с окружением, словно остров простора в плотной застройке городских кварталов. От барокко она взяла уходящие перспективы, от Ренессанса правильность очертаний, от античности гармонию частей и целого. Этот громадный ансамбль узлом «связывает» главные магистрали парижского центра [3, с. 89]. Пространство организовано и направлено в четкие, легко воспринимаемые архитектурные рамки; ясно читаются масштабы отдельных архитектурных элементов, дающих направление движению взгляда; простор открытых площадей и прямых магистралей, простор, легко обозримый, благодаря четким архитектурным ориентирам, которые связывают между собой отдельные части города – вот что определяет характер этого архитектурного ансамбля, центром и сердцем которого является площадь Согласия, которая в свою очередь является центром Парижа и основной формирующей его образа.

В заключение можно добавить, что площади являются средоточием городских особенностей и концентрированным выражением характера такого важного целого, как образ города. Площади подчеркивают красоту городов, благодаря им человек ощущает ту особенную среду, которая является незримым образом его картины мира, то есть мироощущением.

Литература

1. *Аркин Д. Е.* Образы архитектуры. М.: Гос. Архитект. изд-во Акад. архитектуры СССР, 1941. 378 с.
2. *Бринкман А. Э.* Площадь и монумент как проблема художественной формы / Пер. с 3-го немецкого издания. М.: Издательство Всесоюзной академии архитектуры, 1935. 296 с.
3. *Зитте К.* Художественные основы градостроительства / Пер. с нем. Я. Крастиньша. М.: Стройиздат, 1993. 255 с.
4. *Иконников А. В.* Архитектура города. М.: Стройиздат, 1972. 15 с.

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

К. А. Тратинко

Молодежь является активной и динамичной социально-возрастной группой, реализующей себя во всех сферах жизнедеятельности общества: социальной, культурной, политической, экономической. Особенностью данной социально-демографической группы является то, что она в большей степени, чем другие, нацелена на повышение своего социального статуса и освоение новых социальных ролей. Являясь наиболее адаптирующейся, инициативной и инновационной частью социума она составляет примерно 24 % населения Республики Беларусь (на 2012 год 2 291 078 человек), в том числе около 40 % трудоспособной его составляющей [1].

Следовательно, молодежь – самая социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную группу граждан, призванных обеспечить реализацию основных направлений развития современного общества. Однако, на сегодняшний день даже при самых благоприятных условиях жизни нередко молодежь бывает не заинтересованной в самостоятельной деятельности, способной лишь усваивать сложившийся опыт, не прилагая усилий для преобразования окружающей действительности.

Поэтому проблема формирования, развития и стимулирования активности молодежи является решающим фактором прогрессивного социального развития, что и определило цель нашего исследования:

«изучить особенности формирования социальной активности студенческой молодежи».

К проблеме социальной активности личности человека обращено внимание многих исследователей (Л.И. Божович, А.В. Петровского, Д.Б. Эльконина, Т.С. Лапиной, Б.Ф. Ломова, В.А. Слостенина и др.). В частности исследователи указывают на то, что особенность и специфика активности человека определяется его сознанием, особенностями психики, спецификой процесса социализации. Ю.Л. Воробьев и Б.Н. Королев отмечают, что социальная активность является высшей формой активности. Ее отличительными особенностями являются: наличие четко выраженного момента творчества; принадлежность к чисто человеческой сфере; практически отсутствие пространственных временных границ, т.е. не ограниченность в своих формах, которые в совокупности составляют культуру [2].

Обобщая вышеуказанные позиции необходимо отметить, что социальная активность обладает свойством самодвижения, то есть она направлена на себя, на самосовершенствование, саморазвитие и соответственно проявляется в новообразованиях личности. Поэтому мы рассматриваем социальную активность как интегральное понятие, которое может проявляться и как побудитель к деятельности и как устойчивое свойство личности, ее характерологическая черта.

С целью изучения особенностей формирования социальной активности в студенческой группе нами было проведено исследование, в котором приняло участие 35 студентов в возрасте от 18 до 21 года.

Исследование включало 2 этапа. *На первом этапе* исследования для диагностики уровня выраженности социальной активности респондентам была предложена «*Методика диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности*» (С.С. Бубнова). В ходе анализа результатов было выявлено, что 16 студентов имеют низкий уровень ценностных ориентаций (ЦО) на социальную активность, 14 человек среднего уровня и высокий – 5 человек.

Для проведения второго этапа исследования, исходя из полученных данных по выраженности ЦО «социальная активность», участники были поделены на 2 группы: студенты, имеющие низкий уровень ЦО «социальная активность» (16 человек); студенты, имеющие средний и высокий уровни ЦО «социальная активность» (19 человек).

На втором этапе участникам исследования была предложена «*Анкета самооценки социальной активности*» и получены следующие результаты: у студентов 2-ой группы выраженность личностных особенностей в структуре «социальная активность» по показателям организаторско-коммуникативные способности и потребность в достижении незна-

чительно выше, а по показателю личностно-коммуникативные способности значительно выше (на 3,6 балла), чем у студентов 1-ой группы.

Достоверность полученных результатов обеспечивалась статистической обработкой результатов с помощью *U-критерия Манна-Уитни*. Статистически достоверные различия были выявлены по показателю *личностно-коммуникативные умения* при сумме рангов группы 1–194 и группы 2–436 ($U=58$; $p < 0,05$).

На основании проведенного нами исследования нами были сделаны следующие выводы:

1. Современная жизнь ставит перед молодежью задачи требующие ее активного включения в социальные отношения, во взаимодействия с людьми и социальными институтами в экономической, политической и духовных сферах. Следовательно, социальная активность личности обеспечивает успешность человека в социуме.

2. Социальная активность студента есть свойство личности, позволяющее ему осуществлять реализацию различных социально значимых видов деятельности в процессе профессионального становления в целях изменения себя, окружающей среды, социума в соответствии с собственными позитивными ценностными ориентациями и задачами общественного развития.

3. Социальная активность студентов реализуется в ходе учебного (участие в олимпиадах, разработка социально значимых социальных проектов и т.д.) и внеучебного процесса (волонтерская деятельность, проведение тематических дискуссионных рингов, участие в тренингах и т.д.) где ведущей выступает учебно-профессиональная деятельность и важную роль играет профессионально ориентированный студенческий коллектив.

4. У студентов, ориентированных на социально активную деятельность, личностно-коммуникативные качества (как компонент коммуникативных способностей) более развиты, чем у студентов, слабо ориентированных на социальную активность. На наш взгляд, это можно объяснить как тем, что в социально активной деятельности изначально принимают участие студенты, имеющие потребность в общении (например, с представителями различных слоев населения, различными организациями и ведомствами и т.д.) так и тем что, участие в социально значимой деятельности способствует личностной самореализации и самосовершенствованию студенческой молодежи.

Литература

1. Статистический сборник «Дети и молодежь Республики Беларусь». Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2012.

Интернет-адрес:

http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/children_and_youth/2012/contents_CHILDREN_AND_YOUTH_2012.pdf.

2. *Воробьев Ю. Л.* В поисках смысла и правды. Активность и развитие личности / Ю.Л. Воробьев, Б.Н. Королев. М.: МГСУ Союз. Т. 1, 2003. 500 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АДАПТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ В ЮНОШЕСКИЙ ПЕРИОД

Ю. А. Флерко

Исследования адаптации человека в последнее время приобретают все большую значимость, но, несмотря на многообразие и широту психологических исследований адаптации относительно мало изученными остаются психологические особенности и закономерности формирования адаптивной личности в юношеский период, а также выявление психологических характеристик адаптивной и дезадаптивной личностей.

Проблема зависимости показателя адаптации молодого человека в социальной среде и взаимодействия ведущих психологических характеристик определила выбор темы исследования.

Цель исследования состояла в выявлении гендерных различий психологических характеристик адаптивной личности в юношеском возрасте.

Задачи исследования:

1. Изучить уровень сформированности и особенности функционирования центральных личностных образований у адаптивной личности в юношеском возрасте.

2. Определить различия в характеристиках механизмов психологических защит, копинг-стратегий и компонентов «Я-концепции» адаптивной и дезадаптивной личностей юношей и девушек.

3. Установить зависимость и провести анализ системы взаимосвязей психологических характеристик и показателей адаптивной личности.

Экспериментальной базой исследования являлось Государственное учреждение образования – Институт бизнеса и менеджмента технологий Белорусского государственного университета.

Для выявления уровня адаптации личности в юношеском возрасте был применен опросник диагностики социально-психологической адаптации, разработанный К. Роджерсом и Р. Даймондом [4, с. 193–197].

Для диагностики психологических защит нами была использована методика «Индекс жизненного стиля» (ИЖС) сконструированная на основе теоретических исследований Г. Келлермана и Р. Плутчика [3, с. 57].

Для диагностики индивидуальных копинг-стратегий в своем исследовании мы использовали Бернский опросник «Способы преодоления критических ситуаций» Хайма (Heim E.) [2].

Для исследования «Я-функций» у адаптивной личности в юношеском возрасте нами был использован Я-структурный тест Г.Аммона (ISTA) [1].

По итогам анализа результатов методики исследования социально-психологической адаптации испытуемые были разделены на 3 группы:

- 1 группа: высокий уровень адаптации – 65 человек (70,7 % от общего количества испытуемых);
- 2 группа: средний уровень адаптации – 21 человек (22,8 %);
- 3 группа: низкий уровень адаптации – 6 человек (6,5 %) (рис. 1).



Рис. 1. Уровень адаптации в исследуемой группе

Далее группы испытуемых исследовались по методике диагностики социально-психологической адаптации. Выявлено, что адаптивная личность обладает достоверно более значимыми и высокими показателями: принятия себя ($N=48,97$, при $p=0,0001$), принятия других ($N=23,52$, при $p=0,0001$), эмоционального комфорта ($N=46,74$, при $p=0,0001$), внутреннего контроля ($N=31,37$, при $p=0,0001$) и доминирования ($N=30,05$, при $p=0,0001$). Дезадаптивная личность обладает достоверно более значимыми и высокими показателями по диаметрально противоположным характеристикам – эмоциональный дискомфорт ($N=8,25$, при $p=0,01$), ведомость ($N=14,68$, при $p=0,0006$) и эскапизм (уход от проблем) ($N=4,87$, при $p=0,08$).

Далее были выявлены профили использования психологических защит. У испытуемых с высоким уровнем адаптации главенствующее положение в общей структуре психологических защит занимает – реактивное образование. У испытуемых со средним уровнем адаптации – регрессия и проекция, а у испытуемых с низким уровнем адаптации – отрицание (рис. 2).

Далее группы испытуемых исследовались по методике диагностики индивидуальных копинг-стратегий. Статистически достоверные различия обнаружены у испытуемых с высоким и низким уровнем адаптации по следующим копинг-стратегиям: конструктивный альтруизм ($N=4,97$, при $p=0,083$), компенсация ($N=11,04$, при $p=0,003$), конструктивное сотрудничество ($N=5,35$, при $p=0,068$); сохранение самообладания ($N=8,13$, при $p=0,017$), конструктивный проблемный анализ

($N=16,98$, при $p=0,0002$), неконструктивная растерянность ($N=8,03$, при $p=0,017$); эмоциональная разрядка ($N=3,50$, при $p=0,17$), конструктивный оптимизм ($N=12,06$, при $p=0,002$), пассивная кооперация ($N=4,15$, при $p=0,12$).

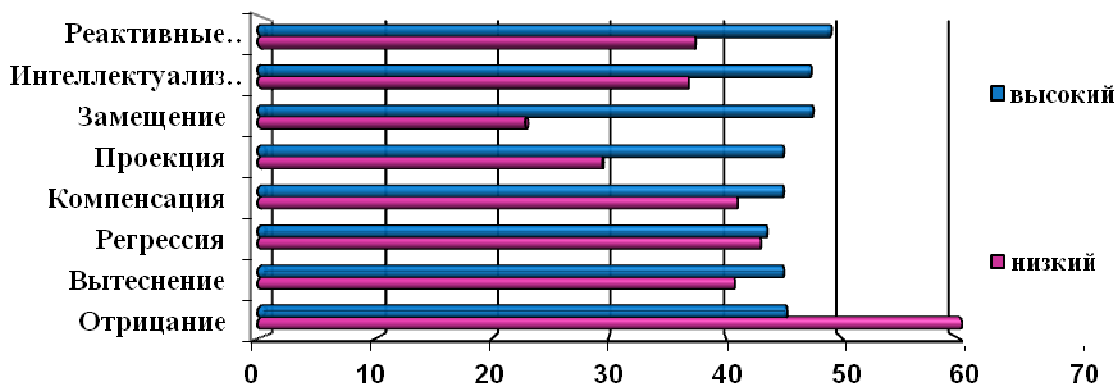


Рис. 2. Профили психологических защит у испытуемых с разным уровнем адаптации

Для выявления уровня сформированности функций «Я» у адаптивной личности в юношеском возрасте, нами был проведен анализ показателей адаптации у испытуемых с конструктивной, деструктивной и дефицитарной составляющей исследуемых функций «Я» (рис. 3).

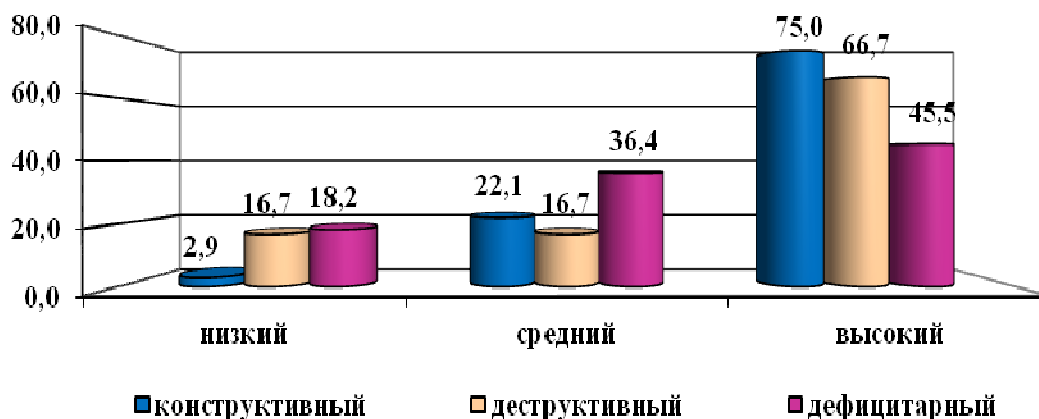


Рис. 3. Степень выраженности исследуемых функций «Я» у испытуемых с разным уровнем адаптации

Статистически достоверные различия обнаружены у испытуемых с низким и высоким уровнем адаптации по следующим шкалам центральных функций «Я»: деструктивная тревога ($N=1,78$, при $p=0,40$), дефицитарный нарциссизм ($N=4,88$, при $p=0,087$), конструктивная ($N=10,48$, при $p=0,005$) и дефицитарная сексуальность ($N=6,70$, при $p=0,035$).

Данная работа была направлена на решение весьма актуальной практической проблемы, социальной по своей значимости и масштабам, и психологической по содержанию – рассмотрению психологических осо-

бенностей и закономерностей формирования адаптивной личности в юношеский период, а также выявлению психологических характеристик адаптивной личности. В результате проведенного исследования было доказано, что адаптационные возможности личности в юношеский период определяются использованием механизмов психологических защит, копинг-стратегий и функций «Я», а зрелые механизмы психологических защит, адаптивные копинг-стратегии и конструктивные функции «Я» образует основу для адаптивного реагирования.

Литература

1. *Аммон Г.* Психосоматическая терапия. СПб: Изд-во «Речь», 2000. 238 с.
2. *Набиуллина Р. Р.* Механизмы психологической защиты и совладания со стрессом / Р. Р. Набиуллина, И. В. Тухтарова // Учебно-методическое пособие Казань, 2003. 98 с.
3. *Плутчик Р.* Эмоции: психоэволюционная теория // Подходы к эмоциям. Хилсдейл, 1984. С. 57–63.
4. *Фетискин Н. П.* Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов М.: Изд-во Института Психотерапии. 2002. 490 с.

РОЛЬ ЭФИОПСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СТАНОВЛЕНИИ РЕЛИГИИ РАСТАФАРИ

С. С. Абрамова

Растафарианство возникло в результате синтеза религиозных идей и верований эфиопов, которые претерпели трансформацию на Ямайке в силу специфики исторического пути и культурного наследия ее населения. Религия раста – растафарианство – определяется А. Н. Лещинским в энциклопедии религий как «своеобразный синтез верований, основанный на библейских текстах, а также на местных культах эфиопского народа» [1, с. 1049]. Термин «растафарианство», или «религия растафари, раста», происходит от именованья титула и имени императора Эфиопии, которого до восшествия на престол звали Рас Тафари Макконен (где *Рас* – принц, князь; *Макконен* – традиционное название должности правителя одной из северных областей Эфиопии). Рас Тафари (1892–1975) – прямой потомок абиссинских царей, который правил в Эфиопии в 1930–1974 гг. и после венчания на престол стал Хайле Селассие I.

Растафарианство зародилось в 1930-е гг. на Ямайке в среде афроамериканцев, однако причины появления религии и ее основополагающие идеи берут начало в древности. Будучи потомками африканцев, представители чернокожего населения Ямайки сохраняли память о своем историческом и культурном прошлом. Для растафарианства в частности характерна идея эфиопионизма, которая состоит в том, что Эфиопия (Куш) не раз упоминается в Библии в значении Африки, и, следовательно, ее история непосредственно связана с библейскими событиями. Принадлежность к библейским народам основывалась на упоминаниях в следующих местах: Книге Чисел 12:1, Деяниях Апостолов 8:27, но главное – в Псалме 67:32 (здесь и далее – по Синодальному переводу): «Придут вельможи из Египта: Эфиопия прострет руки свои к Богу». Впоследствии идеи эфиопианизма проникли и на Ямайку, родину раста. Как отмечает Н. А. Сосновский, «на Ямайке первая “эфиопская” церковь появилась в 1784 г. <...> а первое упоминание об “эфиопианизме” среди ямайских рабов датируется 1748 г.» [2, с. 46].

Коронация императора Эфиопии Хайле Селассие I послужила своеобразным толчком для активизации панафриканских идей и их реализации в форме религии: растафариане Ямайки признали Хайле Селассие воплощением Живого Бога на земле, ведь он происходит из рода царя Соломона, из дома Давидова. Растафариане вообще склонны ве-

ритель, что настоящая жизнь уготована для них здесь, на земле, а не после смерти, и расположен этот рай, эта Земля Обетованная, в родной Эфиопии, под которой понималась вся Африка. Так же и Бог, которого раста называют Джа (производное от Тетраграмматона, подобное Иегова или Яхве) пребывает в мире в человеческом облике – это Хайле Селассие I (Рас Тафари).

Оригинальная эфиопская цивилизация появилась еще задолго до начала христианской эры, с центром в древнем городе Аксум, который был основан около середины 1-го тыс. до н. э. переселенцами из Южной Аравии. С I в. н. э. этот город стал столицей Аксумского царства, позже – священным местом эфиопского христианства. Этнический состав древней Эфиопии формировался в результате ассимиляции южноаравийскими племенами местного населения.

К местному кушитскому населению принадлежали народности беджа и агау. Именно к группе агау относился народ фалаша (эфиопские евреи), живущие около озера Тана и простирающихся далее на север до Семиенских гор. По определению Краткой еврейской энциклопедии, это «этнолингвистическая группа (община), которая до массовой алии в Израиль (в начале 1980-х гг.) проживала в основном в северной и северо-западной Эфиопии» [3, с. 755]. Эти «черные евреи» из Абиссинии сами называют себя «бета Исраэль», что означает «дом Израиля», не знают иврита – их писания написаны на геэз (эфиопском). Д. Бакстон считает, что «их так называемый иудаизм является лишь отображением тех древнееврейских и иудейских практик и верований, которые были внедрены на части территории Юго-Восточной Аравии в первые постхристианские столетия и впоследствии привнесены в Абиссинию» [4, с. 22]. Пропагандируя идею о черных как истинном Библейском народе, один из пророков раннего растафарианства Л. Мэнтл рассказывал в эфиопианистском листке «Plain Talk» в 1935 г. о фалаша как о древнейшей религиозной общине, возникшей раньше всех других представителей монотеизма.

Абиссинцы в действительности считают себя настоящими преемниками Израиля, верят в происхождение их царского дома от царя Соломона. Они основываются на истории о путешествии царицы Савской в Иерусалим для встречи с Соломоном, которая описана в 3-й Книге Царств и во 2-й Книге Паралипоменон (события X в. до н. э.). Д.В. Щедровицкий говорит об этом визите следующее: «Согласно ветхозаветному преданию, Савская царица, услышав о славе царя Соломона, пришла в Иерусалим испытать его загадками и изумилась его мудрости» [5, с. 396]. В Эфиопии царица Савская, царица Сабы (Шебы), была известна под местным именем Македа, а Шебой называлась страна в Юж-

ной Аравии, откуда царица была родом. Д. Бакстон повествует об истории этой встречи по абиссинской священной книге «Кебра Нагаст» («Слава Царей»), которая рассказывает о том, как «царицу соблазнил Соломон, от которого она, по возвращении домой, родила сына» [4, с. 30]. Затем, когда принц, звали которого Менелик I, повзрослел, он сам отправился в Иерусалим и, в конце концов, вернулся на свою родину с украденным из Храма Ковчегом Завета. Эту версию легенды передают и авторы Краткой еврейской энциклопедии: «...согласно эфиопской легенде, одинаково признаваемой как местными христианами, так и эфиопскими евреями, основателем правившей в Эфиопии “Соломоновой династии” был нгусэ нэгэст (“царь царей”) Менелик I, сын царя Соломона и царицы Савской Меакеды» [3, с. 756].

Абиссинцы верят в эту легенду без тени сомнения и, возможно, оправданно, поскольку та же самая легенда (правда с незначительными вариациями) существует и у народов Южной Аравии. Царица Балкис, называемая так арабами, правила в Шебе (Сабе), – это царство, располагавшееся на территории современного Йемена, откуда позже иммигрировали предки абиссинцев, вполне могла совершить такое путешествие в Иерусалим в ветхозаветные времена. Как замечает при этом Д. Бакстон, «абиссинская история в действительности начинается вместе с миграцией этих южноарабских племен к западному берегу Красного моря в I тысячелетии до н.э.» [4, с. 31].

Ссылаясь на библейский текст, Р. Байер считает, что, «по всей вероятности, савеи, до того как осели в Аравии, вели кочевую жизнь», поскольку в Библии они описаны как воинственное кочевое племя [6, с. 19]. Ученый приводит в доказательство следующий отрывок из Книги Иова: «И вот приходит вестник к Иову, и говорит: “Волы орали, и ослицы паслись подле них, как напали Савеяне, и взяли их, а отроков поразили острием меча”» (*Иов 1:14–15*). Если принимать версию савеев как воинственного кочевого племени, то становится понятным отсутствие каких-либо письменных свидетельств от них, поскольку кочевые племена, как правило, передавали свои традиции устно и не имели письменности. Согласно некоторым исламским и эфиопским свидетельствам, царица Савская была довольно набожной и поклонялась богине луны Алмаке, которая стояла во главе савейского пантеона и имя которой стало впоследствии вторым именем царицы. В связи с этим Р. Байер замечает, что «особое почитание луны характерно для кочевников, так как они передвигались не днем, в солнечный зной, а в прохладе ночи» [6, с. 21].

С появлением книги «Кебра Нагаст» представление о семитском происхождении эфиопских правителей приобрело широкую известность и

авторитетный статус исторического факта, подтвержденного литературными сведениями древнего текста. По замечанию Д. Бакстона, «история, изложенная в «Кебра Нагаст», стала национальной сагой всей страны, в которой каждый из ее граждан безоговорочно верит» [4, с. 148]. В растафарианской традиции текст «Кебра Нагаст» распространяется главным образом в устном виде, он рассказывается и пересказывается растаманами. Это подтверждает В. Соловьев, говоря о «Кебра Нагаст» в предисловии к собственному ее переводу следующее: «Ее распространение даже сейчас, в начале XXI столетия, имеет в большинстве своем устный характер» [7, с. 10].

Представление о происхождении и назначении эфиопского народа до сих пор коренится глубоко в его сознании и отражается в культуре, в первую очередь – в национальной символической системе. Герб императоров Соломоновой династии, принадлежащий роду прямых мужских потомков цариц, изображает императорский трон, представляющий легендарный трон царя Соломона, так называемый «Львиный трон», по бокам от которого стоят два ангела с мечом и весами, символизирующими императорскую исполнительную и судебную власть, и со скипетром, означающим могущество властителя. Перед тронном стоит лев – символ почетного титула императоров Эфиопии, образ, позаимствованный из Библии, как, например, «лев от колена Иудина» – именование Мессии, в равной степени как Иисуса Христа, так и считающегося его реинкарнацией Хайле Селассие I.

Таким образом, на примере эфиопской культуры и растафарианства мы видим интересную парадигму диалога и синтеза культур – панэфиопской, древнееврейской, христианской.

Литература

1. Энциклопедия религий / под ред. А. П. Забияко, А. Н. Красникова, Е. С. Элбакян. М., 2008.
2. *Сосновский Н. А.* Отражение идеологии культурного национализма в молодежной субкультуре африканской диаспоры. М., 1992.
3. Эфиопские евреи // Краткая еврейская энциклопедия: в 11 т. / гл. ред. И. Орен (Надель), М. Занд. Иерусалим, 2001. Т. 10. С. 775–771.
4. *Бакстон Д.* Абиссинцы. Потомки царя Соломона / Д. Бакстон; пер. с англ. Н. А. Зотиной. М., 2002.
5. *Щедровицкий Д. В.* Царица Савская // Мифы народов мира: Энциклопедия: в 2 т. / гл. ред. С. А. Токарев. М., 1998. Т. 2.
6. *Байер Р.* Царица Савская / Р. Байер; пер. с нем. Д. В. Вальяно. Ростов-на-Дону, 1998.
7. Кебра Нагаст: Книга Мудрости Растафари: пер. с англ. В. Соловьева. СПб., 2006.

СРЕДА MATLAB ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ МАТЕМАТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

А. А Антонова, А. А. Макарова

СРЕДА MATLAB

Matlab – комплексная, многофункциональная система поддержки численных, символьных решений научно-исследовательских и прикладных, технических задач различных областей знаний. Одно из активно используемых приложений системы – Optimization Toolbox, позволяющее с помощью имеющегося набора функций решать разнообразные задачи, постановка которых сводится, в общем случае, к задаче математического программирования. Это позволяет использовать среду Matlab и ее приложения в курсе Исследование операций.

ЛИНЕЙНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ

К задачам линейного программирования сводятся многочисленнные задачи технико-экономического содержания. Для решения этих задач в среде Matlab используется функция `linprog`.

Ограничения задачи задаются следующими условиями:

- $A * x \leq b$ – линейные неравенства (A – матрица, b – вектор);
- $Aeq * x = beq$ – линейные уравнения (Aeq – матрица, beq – вектор);
- $lb \leq x \leq ub$ – явные ограничения на координаты (lb , ub – два вектора).

Целевая функция $f * x$ в `linprog` задается вектором коэффициентов f . Примерами задач линейного программирования являются транспортные задачи, задачи теории расписаний и др.

КВАДРАТИЧНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ

К задачам квадратичного программирования относят специальный класс задач нелинейного программирования, для которых целевая функция $f(x)$ – квадратичная и вогнутая (или выпуклая), а все ограничения линейны.

Для решения задач квадратичного программирования в среде Matlab используется функция `quadprog`.

Целевая функция:

$$0,5 * H * x + f * x.$$

Ограничения задаются такими же условиями, как и в случае линейного программирования.

ДИСКРЕТНОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ

В дискретном программировании рассматриваются задачи, в которых на переменные накладываются условия их дискретности. Более распространенный вариант задач дискретного программирования, когда все переменные могут принимать только целые значения, а область допустимых решений конечна.

К таким задачам относятся задачи математического программирования, в которых требуется найти минимум или максимум целевой функции

$$f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

с ограничениями

$$g_1(x_1, x_2, \dots, x_n) \leq 0$$

.....

$$g_m(x_1, x_2, \dots, x_n) \leq 0$$

$$X = [x_1, x_2, \dots, x_n] \text{ целые.}$$

Для решения задач бинарного программирования в среде MatLab используются функция `bintprog` ($X=[0;1]$).

ЗАДАЧИ БЕЗУСЛОВНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

Для решения задач в среде Matlab используются функции `fminsearch` и `fminunc`. Они находят минимум скалярной функции нескольких переменных, начиная с некоторой начальной точки:

$$(x) \min f(x);$$

x – вектор;

$f(x)$ – возвращающая скаляр функция.

ЗАДАЧИ УСЛОВНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ

Задача условной оптимизации заключается в поиске минимального или максимального значения скалярной функции:

$$(x) \min f(x) \text{ such that } x_1 < x < x_2.$$

Для решения задач в среде MatLab используются функции:

- `fmincon` находит минимум для скалярной функции нескольких переменных с ограничениями начиная с начального приближения.

- `fseminf` находит минимум скалярной функции с ограничениями от нескольких переменных, начиная с начальной точки отсчета.
- `fminbnd` находит минимум функции одной переменной для фиксированного интервала.

Литература

1. *Поршнев С. В.* MATLAB 7. Основы работы и программирования [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.twirpx.com/file/1033029/>.
2. *Дьяконов А. Г.* Среда для вычислений и визуализации MATLAB [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.twirpx.com/file/395905/>.
3. *Горбаченко В. И.* Вычислительная линейная алгебра с примерами на MATLAB [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://matlab.exponenta.ru/books/default.php>.

СИМВОЛИЗМ ЗООНИМОВ «CAT» И «DOG» / «КОТ» И «СОБАКА» В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Д. Н. Болтунова

В настоящее время особый интерес вызывает сам человек как системообразующий концепт языковой, в частности, фразеологической картины мира. Фразеологические единицы (ФЕ) занимают особое место в культуре нации, поскольку представляют собой зафиксированный в языке концентрированный опыт и своеобразие культурно-исторического и психологического развития этноса. Значительное количество фразеологических единиц имеют в своем составе зоонимические компоненты, что вполне объяснимо: животные всегда сопровождали человека в его практической деятельности. Появление у зоонимов антропоцентрических приращенных смыслов, а также включение фразеологических единиц с компонентом-зоонимом в состав фразеологии свидетельствует о субъективном признании языковой личностью значимости животных в общей интерпретационной картине мира, которая определяется традиционной моделью переноса качеств животных на человека и наоборот.

Проведенное нами исследование антропоцентрических зоонимических ФЕ выявило, что наиболее используемыми элементами метафорического сравнения в англо- и русскоязычной фразеологии являются субъекты «Cat» и «Dog» / «Кот» и «Собака». Настоящее исследование имело целью установление семантической оценочности именно этих субъектов метафоризации и их сравнительный анализ. Экспериментальный корпус составили 63 антропоцентрические ФЕ английского языка (АЯ) и 71 ФЕ русского языка (РЯ) с указанными компонентами-зоонимами.

С целью изучения антропоцентрического зоосимволизма объектов метафоризации «Cat» и «Dog» / «Кот» и «Собака» мы осуществили семантический анализ всего экспериментального корпуса ФЕ, что предполагало выделение семантических групп по критерию их описания того или иного антропоцентрического признака (группы признаков) или психологического свойства: внешности, характера человека, его эмоционального и физического состояния, межличностных взаимоотношений.

Зоосимволические профили компонентов «Dog» и «Собака» как объектов метафорического сравнения могут быть представлены следующим списком групп антропоцентрических характеристик, ранжированных по степени количественной представленности (табл. 1, 2).

Таблица 1

**Репрезентативный потенциал зоонимических компонентов
«Dog» и «Собака / Пес» в АЯ и РЯ**

Язык	Всего	Характер	Взаимо- отношения	Эмоциональ- ные состояния	Физические состояния	Внеш- ность	Единичные случаи
РЯ	44	17	6	3	4	3	11
АЯ	36	7	6	5	4	3	11

Сравнительный анализ зоонимических профилей компонентов «Dog» и «Собака / Пес» позволяет утверждать, что *собака* является более репрезентативным объектом метафоризации в РЯ, чем в АЯ, так как представлен в большем количестве ФЕ. В РЯ данный объект чаще используется для описания характера человека (*собачья совесть; собачья покорность; собака на сене; служилый пес; собачья душа*). В АЯ образ данного животного используется в качестве объекта сравнения в ФЕ, характеризующих скорее действия человека, а не его характер, и чаще представлен в единичных случаях символического сравнения (*to let sleeping dogs lie; to lead a dog's life; a shaggy dog story*).

Семантический анализ экспериментального корпуса ФЕ с компонентами «Cat» (27 ФЕ) и «Кот / Кошка» (27 ФЕ) позволил сформировать следующие зоосимволические профили компонентов «Cat» и «Кошка / Кот» как объектов метафорического сравнения.

В РЯ образ кошки чаще выступает объектом сравнения для описания характера человека (*кошка, которая гуляет сама по себе; мартовский кот; носиться, как кошка с котятками; кот позорный*), тогда как в АЯ этот образ, равно как и образ собаки в АЯ, чаще представлен в единичных случаях символического сравнения (*a cat in gloves catches no mice; to put the cat among the pigeons; there's more than one way to skin a cat*).

**Репрезентативный потенциал зоонимических
компонентов «Сат» и «Кошка»/ «Кот» в АЯ и РЯ**

Язык	Всего	Характер	Взаимоотношения	Эмоциональные состояния	Физические состояния	Внешность	Единичные случаи
РЯ	27	12	4	4	3	1	3
АЯ	27	6	5	5	2	2	7

Таким образом, образы «Собака / Пес» и «Кот / Кошка» представляются более репрезентативными объектами метафорического сравнения в русскоязычной культуре, чем в англоязычной культуре; обладают более структурированными зоонимическими профилями (устойчивой совокупностью символических характеристик). Это позволяет утверждать об исторически более значимой роли этих животных в социокультурном и психологическом развитии русского этноса, а также о большем номинативном потенциале этих зоонимов в когнитивном моделировании человеком собственного образа.

ФЕНОМЕН ДЕТСТВА В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА

Т. В. Борушко

Современное общество постмодерна характеризуется появлением «симулякра» детства. Концепт «симулякра» (от лат. *simulatio* – видимость, притворство) был введен Ж. Бодрийяром в работе «Символический обмен и смерть» [1, с. 45]. По мнению западного социолога, символический обмен становится основополагающей универсалией потребительского общества и отличается тем, что обмен между символами происходит относительно друг друга, но не между символами и реальностью. За символами же не стоит ничего конкретного. В итоге разрушается и отмирает связь между символами и реальностью, стирается грань между реальностью и вымыслом, между истиной и заблуждением, место которых занимают симулякры. Основным интерес исследований Бодрийяра сосредоточен на последствиях разделения оппозиции жизни и смерти в современной культуре. Так, выдворение смерти лишает определенности и саму жизнь, значение которой может быть явлено только в противопоставлении. Однако наряду со смертью из современной культуры была выдворена и старость, что придало, тем самым, сверхценность юности, детству, ставшим сегодня «идолами» культуры. Сегрегация смерти/старости нарушила эквивалентность и взаимосвязь начала и кон-

ца жизни, детства и старости как предельной свершенности жизненного пути личности. Гипертрофированное превознесение детства обернулось размыванием сущности детского и, как следствие, растворением в нем «взрослости». Итогом становится «симулякр» детства, в исследовательском поле справедливо констатируемый в качестве кризиса детства, его видимости, подобия и явленный в формулировке «взрослого детства».

В зону отношений «символического обмена» попал ребенок, наделенный теперь статусом модного, престижного атрибута семьи, превратившийся в «вещь-удовольствие» для своих родителей, в знак материальной обеспеченности, репродуктивной молодости, полноты родительских чувств и т.п. Детство, являясь знаком, сконструированным по законам потребительской экономики, отчуждается от своей «естественной» ценности, становясь предметом забавы, разглядывания, манипуляции взрослого, лишаящего его своего покровительства. В результате начинает возобладать культурная ситуация, вместо регулирования и поддержки «использующая» детство.

Это привело, с одной стороны, к коммерциализации детства, появлению моды на детей, а с другой стороны – к непринятию новой, символической сущности детства и появлением групп людей, которые сознательно не хотят иметь детей, т. н. «чайлдфри» (childfree), и даже групп тех, кто ненавидит детей и себя в детстве – «чайлдхейт» (childhate) – как крайнего проявления отрицания, часто неосознанного.

Коммерциализация, по определению Джеймса Твитчелла, – это коммодификация (превращение всего в товары) и маркетинг. Для коммодификации характерно отрицание любых ценностей объекта за исключением ценности, связанной с возможностью его кому-нибудь продать. Маркетинг – это включение объекта в сеть обменов, в которых необязательно используются деньги [7, с. 30]. В контексте маркетинга, нацеленного на детей, объектами коммерциализации становятся вещи, которые рекламируются детям. Однако зачастую и сами дети становятся товаром. По мнению Сьюзен Линн: «Безудержная коммерциализация лишает детей и их ценности, и их ценностей» [3, с. 291].

Мода на детей проявилась еще в первом поколении беби-бума (1946–1964), и затронула страны Запада. Важно было иметь своего родного ребенка, чтобы показать всю состоятельность, ценность, достаточность своего образа жизни. Затем, в поколении эхо-бумеров (примерно 1981–2000), возникло новое модное явление – усыновление детей. Стало важно иметь ребенка не просто как генетическое продолжение себя, но ребенка как часть твоей гражданской позиции, показывающего твои ценности, твою нравственную сторону. Особенно ярко эта тенденция проявилась в США. Сейчас трудно найти голливудскую звезду, у которой

не было бы усыновленного ребенка. Несмотря на всю положительность этого явления, хочется отметить, что это еще и другая сторона дальнейшей «символизации» ребенка и детства.

Современный детоцентрический характер культуры отражает отношение к ребенку как наиболее значимому объекту внимания, интересы семьи концентрируются исключительно на ребенке. Детоцентризм рассматривают как основу репродуктивной мотивации нового типа. Известный социолог семьи и исторический демограф А.Г. Вишневский пишет: «Современную семью можно назвать детоцентристской, это явление новое, практически неизвестное в прежних эпохах. В такой семье впервые в истории дети занимают центральное положение, превращаясь в стержень, вокруг которого организовывается вся жизнь семьи» [2, с. 93].

Современный детоцентризм, представленный многочисленными социальными практиками (политическими, маркетинговыми, художественными, информационными), позиционирует детство в качестве самоценного, равноправного взрослому субъекта отношений. Свидетельством этого может служить ряд обстоятельств:

1. Изменение роли взрослого, переставшего выполнять функцию посредника при трансляции наиболее предпочтительных моделей социального опыта. В современных семьях отношения между родителями и детьми строятся на равных, а по ряду аспектов, например, во владении современными средствами коммуникации, дети осознают свое преимущество над родителями. Щеглова С. Н. указывает, что юные считают себя экспертами по многим вопросам семейной жизни. Они дают родителям рекомендации, какую бытовую технику и где купить, что носить из одежды, как родителям общаться друг с другом, как работать на компьютере. При этом в глазах таких детей родители теряют право на руководство и оценку [6, с. 176]. Можно говорить о наступлении нового для истории периода, когда, по словам Маргарет Мид, молодежь с ее префигуративным схватыванием еще неизвестного будущего наделяется новыми правами, времени, когда взрослые учатся у своих детей [5, с. 361].

2. Движение в защиту прав ребенка, юридически закрепившее равноправие детей с другими социальными группами: 1959 г. – Декларация прав ребенка, 1979 г. – объявлен ЮНЕСКО Годом ребенка, 1989 г. – принятие Международной конвенции о правах ребенка.

3. Дети как целевая аудитория сферы услуг и производства.

4. Культурные акции и проекты, позиционирующие взгляд на мир глазами ребенка. Следует отметить также появление детских международных конгрессов, «детской дипломатии», детских творческих форумов и союзов.

5. Исследования детства, академические программы и прочее. Примером может служить появление, начиная с 1990-х годов, многочисленных исследований детства, академических учебных программ и новых специальностей, таких как Children's Studies, Childhood Studies, Sociology of Childhood, в европейских и американских университетах.

Характерный для постмодерна децентризм в понимании любого феномена не терпит однозначности, и часто совмещает в нем противоположные свойства. Таким образом, по закону дополнительности в нынешней эпохе уживаются такие крайности, как детоцентризм и сегрегация детства, убеждение в его суверенности и размывание границы взрослого и детского миров, инфантилизация и индивидуализация, коммерциализация детства и борьба против нее. Очевидно, такая увлеченность детством проявляется как на личностном, индивидуальном уровне, так и на социальном, и культурном.

Литература

1. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / Пер. с фр. С. Н. Зенкина. М., 2000.
2. *Вишневский А. Г.* Социальное управление рождаемостью // Вопросы философии. 1978. № 6. С. 85–100.
3. *Линн С.* Проданное детство. Как агрессивный маркетинг лишает будущего наших детей. М., 2006.
4. *Мамычева Д. И.* Детство в эпоху модернизации // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana) 2009 № 3 URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/detstvo-v-epohu-modernizatsii>. С. 94–95.
5. *Мид М.* Культура и мир детства: Избранные произведения / М. Маргарет; Пер. с англ. Ю. А. Асеева; Сост., авт. послесл. и отв. ред. И. С. Кон. М.: Наука, 1988.
6. *Щеглова С. Н.* Трансформация детства в современном российском обществе и императивы развития государственной политики в интересах детей // Журнал исследований социальной политики, 2004. Т. 2. С. 175–188.
7. *Twitcheell J. B.* Lead Us into Temptation. New York: Columbia University Press, 1999.

ПОЭТИКА ОДЫ ФРИДРИХА ГЁЛЬДЕРЛИНА И ПРОБЛЕМА ЕЕ АДЕКВАТНОЙ ПЕРЕДАЧИ НА ДРУГИЕ ЯЗЫКИ

В. А. Верниковская

Художественный перевод значительно отличается от других видов перевода. Помимо передачи на другом языке содержания исходного текста, перевод художественного текста предполагает его творческое преобразование в соответствии с экспрессивными возможностями переводящего языка, а также с его литературными нормами. Конечно, полностью сохранить форму исходного текста невозможно, поэтому, как напоминает выдающийся переводчик и литературовед, Е.Г. Эткинд, «ис-

куство поэта-переводчика начинается с умения найти точку пересечения между подлинником и переводом, в большей степени искусство нести потери и допускать преобразования» [2, с. 45].

Поэзия Фридриха Гёльдерлина представляет собой серьезный вызов для переводчика. Она сложна своим языком, философской насыщенностью, своим масштабом, который подчас охватывает весь универсум в его полноте.

Каждый аспект поэзии нуждается в особом понимании и осмыслении. Сложность поэтического языка, ритмики, особая образность поэзии – вот только некоторые из препятствий, с которыми сталкиваются переводчики при работе с поэзией Ф. Гёльдерлина.

Выдающийся философ и исследователь поэзии Гёльдерлина М. Хайдеггер определяет его творчество так: «Гёльдерлин сочиняет сущность поэзии – но не в смысле некоего вневременно значимого понятия. Эта сущность поэзии принадлежит определенному времени. Причем не так, что она лишь делается соразмерной этому времени как уже существующему. Напротив, тем, что Гёльдерлин заново устанавливает сущность поэзии, он впервые определяет некое новое время. Это время богов сбегавших и бога приходящего» [3, с. 47].

Ода как жанр занимает особое место в поэзии Ф. Гёльдерлина. Она преобладает в его поэзии да начала XIX века. В своих одах поэт посвоему осмысливает традицию *Naturlyrik* и *Gedankenlyrik* («лирики природы» и «лирики мысли»). Прекрасный дух Эллады, ее природа, поклонение созданной ею красоте – все это не только осмысливается, но и преломляется через особое мировосприятие поэта. К тому же особый смысл у Гёльдерлина приобретают эолийские строфические размеры – алкеева и асклепиадова строфа. Г. В. Синило отмечает: «Твердая, кристаллическая и в то же время прихотливая форма античных строф позволяет поэту не только выразить в своих творениях преклонение перед духом Эллады и формами созданной ею красоты, но и вписать в эти формы современный ландшафт Германии, с необычайной мощью передать красоту ее городов, рек, долин, холмов» [4, с. 153].

Одам Гельдерлина присущий особый философский пафос, разнообразие тем, сложная ритмическая организация стиха.

В английской и русской традициях передача этого достигается различными способами.

Возьмем для примера оду «Die Heimat»:

Froh kehrt der Schiffer heim an den stillen Strom,
Von Inseln fernher, wenn er geerntet hat;
So käm auch ich zur Heimat, hätt ich
Güter so viele, wie Leid, geerntet.
Ihr teuren Ufer, die mich erzogen einst,

Stillt ihr der Liebe Leiden, versprecht ihr mir,
Ihr Wälder meiner Jugend, wenn ich
Komme, die Ruhe noch einmal wieder?

[5, S. 55].

Написанная на греческий манер алкеевой строфой, вышеупомянутая ода представляет собой как бы порыв, но достаточно сдержанный, т. к. здесь восходящий ритм уравнивается нисходящим. Если провести более подробный анализ этого стихотворения, можно заметить что, строки определяются аллитерацией на «s» и «h», анжанбеман с «ich»: «wann ich / Komme». Таким образом, создается эффект возвышенной, торжественной речи, которая присуща одам Гёльдерлина. На это же восприятие направлены восклицательные предложения, междометия, обращения: «Ihr teuren Ufer», «Ihr Wälder meiner Jugend».

Приведем подстрочный перевод этого фрагмента: «Радостно моряк возвращается домой в тихий [спокойный] поток // С далеких островов, где он убрал [собрал] урожай; // Также и я вернулся бы на родину, когда бы я // Благ [добра] так много, как и страданий собрал бы. // Вы, дорогие берега, которые меня приняли [подняли] когда-то, // Успокойте любви страдания [тоску], обещаете ли мне // Вы, леса моей юности, когда я // Приду, еще раз покой?».

Вникание в дословный смысл позволяет острее ощутить меланхолическую печаль, аристократическую грусть и спокойную скромную просьбу усталой души поэта о пристанище на родных землях. Становится понятно, что в слово «Родина» Гёльдерлин вкладывает куда более широкое понятие, чем просто географический ареал родной Германии. «Родина» – то место, где бы он чувствовал отдохновение души, пристанище духа. Поэтому показателен перевод названия на английский язык: традиционно «Die Heimat» – передают как «Home». Значение этого слова гораздо шире, чем английское «Motherland», т. к. последнее несет в себе привязку к конкретной территории («место матери», «земля матери»). Таким образом, используя «Home», переводчики хотят подчеркнуть масштабность, внепространственность гёльдерлиновского стиха.

Приведем перевод этой оды на английский язык, выполненный Э. Хоффом. Переводчику удалось оставить интонацию и ритмику, не слишком искажая саму структуру стихотворения Гёльдерлина:

Gladly the boatman turns home to the river's calm
From his harvest on faraway isles;
If only I too were homeward bound;
Yet what harvest have I but sorrow? –
O blessed riverbanks that raised me,
Can you ease the sorrows of love? Ah, when I come
To you, woods of my youth, will you
Grant me peace once again?

[7, p. 649].

Как уже отмечалось ранее, при попытке адекватного перевода поэт-переводчик должен потерять минимум из художественных приемов автора. Здесь утрачена аллитерация, однако удалось сохранить эффектные анжанбеманы («I come / To you», «will you / Grant») и обращения («O blessèd riverbanks», «woods of my youth»). Примечательно, что Э. Хоффу удается сохранить ощущение спокойного отчаяния в первой строфе, однако далее обилие вопросительных конструкций, которых нет у Гёльдерлина, делают оду более порывистой и резкой.

Передать немецкий текст на английском языке – задача сложная, но выполнимая, т. к. эти языки во многом близки. Гораздо сложнее создать адекватный перевод немецкого текста на русский язык. В этом случае передать особый ритмический рисунок оды Гёльдерлина практически невозможно, т. к. почти каждое русское слово в несколько раз длиннее немецкого. Также из-за разности синтаксических норм сложно передать некоторые поэтические приемы автора оригинала.

Один из переводов этого стихотворения на русский язык выполнил В. Микушевич:

И я спешил бы, как мореплаватель.
Родную гавань грузом обрадовать,
Когда б нашел я на чужбине
Радостей столько же, сколько муки.
О берег милый! Ты меня пестовал.
Не исцелишь ли муку любовную?
Лес юности моей беспечной!
Дашь ли вкусить мне ты вновь покоя?

[8, с. 145].

Не смотря на то, что переводчику удалось сохранить сам дух Гёльдерлина, его личность полную исканий и порывов, некоторые аспекты оригинального текста, несущие смысловую нагрузку, все же были утрачены. Например, в оригинале Гёльдерлин обращается к берегам и лесам во множественном числе: «Ihr teuren Ufer» и «Ihr Wälder meiner Jugend». Поэт не может говорить о них в единственном числе, т. к. это противоречит всей его сущности. Его леса и берега – это чистая абстракция, скорее вымышленные пейзажи Эллады. Множественное число здесь подчеркивает эту абстракцию, выводит пейзажи, представляемые в оде на уровень всего универсума.

Показателен тот факт, что, несмотря на разность английской и русской лингвокультурных общностей, оба переводчика делают акцент на сохранение ритмики оригинала. Не случайно именно ритм сильнейшим образом воздействует на читателя. Г.В. Синило отмечает: «Семантизация ритма и связанная с ней поэтическая суггестия всегда присущи настоящей поэзии и, быть может, достигая апогея в творчестве того или

иною автора, служат показателями гениальности» [4, с. 25]. Это, конечно же, в первую очередь относится к поэзии Гёльдерлина.

Таким образом, адекватный перевод любой поэзии всегда сопряжен с какими-либо утратами: будь то ритмический рисунок, стилистические приемы автора или даже его лирическое «Я».

Чтобы лучше понять Гёльдерлина, необходимо понимать поэзию так, как понимал ее он – как символ чистоты и абсолютный смысл бытия как то, что упорядочивает хаос.

Литература

1. Эткин Е. Г. Поэзия и перевод. М., 1983.
2. Хайдеггер М. Гёльдерлин и сущность поэзии // Логос, 1991. № 1. С. 37–47.
3. Синило Г. В. Эволюция стиховых форм в лирике Ф. Гёльдерлина // XVIII век: судьбы поэзии в эпоху прозы: сборник научных работ / отв. ред. Н.Т. Пахсарьян. М., 2001. С. 25–40.
4. Hölderlin F. Werke und Briefe: in 2 Bd. Frankfurt a. M., 1969. Bd. 1. 1969.
5. Encyclopaedia of Literary Translations into English: in 2 Vol. / O. Classe, London, 2011. Vol. 1.
6. Гёльдерлин Ф. Сочинения // сост. и вступ. ст. А. И. Дейча; коммент. Г. И. Ратгауза. М., 1969.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА РОЛИ ГОСУДАРСТВА И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Л. Г. Воронцовская

Бедность и неравенство являются препятствием на пути экономического прогресса, т.к. приводят к социальным конфликтам и политической нестабильности. Поэтому социальная политика является неотъемлемой частью государственной политики.

В то же время перед государством возникает ряд вопросов: как разрешить дилемму между социальной справедливостью и экономической эффективностью; сколько ресурсов выделять на проведение социальной политики и как она связана с уровнем экономического развития страны и экономической политикой; какие функции государства необходимы и достаточны для организации социальной политики. Поиск ответов на эти вопросы следует начинать с анализа научных трудов известных представителей экономической мысли.

Л. Эрхард называл себя «либералом нового, современного типа» [1, с. 170]. По его мнению политика социального рыночного хозяйства доказала всему миру, что ее принципы – свободная конкуренция, свободный выбор предметов потребления, как и вообще свобода раскрытия и процветания личности – ведут к лучшим экономическим и социальным успехам, чем любой вид направляемого властями или принудитель-

ного хозяйства [1, с. 42]. Там, где человек и его семья, сознавая ответственность перед самим собой, в состоянии сами позаботиться о себе, – там принудительная защита со стороны государства должна прекратиться. Необходимо ограничить объем коллективной обеспеченности. Однако, само собой разумеющимся долгом общественности является забота об обеспечении людей на старости лет [1, с. 153]. По мнению Эрхарда, существует неразрывная связь между хозяйственной и социальной политикой: вмешательства социальной политики и мероприятий по оказанию помощи требуется тем меньше, чем успешнее будет развиваться экономическая политика [1, с. 148]. Хорошая социальная политика нуждается в валютной устойчивости. Таким образом, рыночная свобода, стабильные цены и устойчивая валюта должны стать приоритетом экономической политики государства [1, с. 157].

Ф.А. фон Хайек в книге «Дорога к рабству» предостерегает от увлечения социалистическими идеями. Либералы говорят о необходимости максимального использования потенциала конкуренции для координации деятельности, а не призывают пускать вещи на самотек. Они подчеркивают, что для создания эффективной конкуренции нужна хорошо продуманная система законов [2, с. 59].

Экономическая свобода, являющаяся необходимой предпосылкой любой другой свободы, в то же время не может быть свободой от любых экономических забот. А именно это обещают социалисты, часто забывая добавить, что они заодно освободят людей от свободы выбора вообще [2, с. 113].

В числе необходимых условий подлинной свободы, помимо пресловутой «экономической свободы», часто и с большим основанием называют также экономическую защищенность. Речь идет о защищенности от тяжелых физических лишений, о гарантированном минимуме для всех и о защищенности, определяемой неким стандартом, уровнем жизни [2, с. 129].

Определенный минимум, достаточный для сохранения здоровья и работоспособности, может быть обеспечен каждому. Точно так же государство может помогать гражданам, ставшим жертвами непредвиденных событий [2, с. 130]. Однако чем больше старания обеспечить всеобщую экономическую защищенность, воздействуя на механизмы рынка, тем меньше оказывается реальная защищенность людей [2, с. 137].

В. Ойкен, являясь духовным отцом «социального рыночного хозяйства» [3, с. 12], утверждал, что без свободы защищенность невозможна. В централизованно управляемой экономике отсутствие свободы как раз и порождает незащищенность [3, с. 82].

Нет никаких мер экономической политики, которые бы одновременно, пусть прямо или косвенно, не влекли за собой социальных последствий и не имели социального значения. Тот, кто хочет представлять социальные интересы, должен в силу этого уделять внимание в первую очередь формированию общего порядка [3, с. 170]. В условиях конкурентной экономики это означает, прежде всего, реализацию ее основного принципа, а именно создание функционирующего механизма цен полной конкуренции [3, с. 171].

Возможность осуществления накоплений лучше, чем благотворительная помощь или государственные субсидии. Помимо таких общих рисков, как болезни и т.п., существуют еще и особые риски трудовой деятельности, которые рабочий, хотя и обязан нести, но сам не должен за них отвечать. В этом отношении страховое дело приобретает особое значение для рабочих. Если самопомощи и страхования оказывается недостаточно, то возникает необходимость в государственных благотворительных учреждениях. Но там, где только возможно, акцент должен делаться на укреплении свободной инициативы индивида [3, с. 173].

Дж. Гэлбрейт отмечает нестабильность экономической системы при отсутствии государственного регулирования, которая наиболее болезненно отражается на ценах и доходах рыночной системы, особенно на доходах рабочих [4, с. 234]. По мере того, как государство во все большей мере начнет использоваться в интересах общества, станет возможным рассмотрение тех реформ, для осуществления которых требуется государственное вмешательство. В первую очередь, следует принять меры по уменьшению неравенства в доходах между планирующей и рыночными системами, по улучшению конкурентных возможностей рыночной системы и уменьшению ее эксплуатации со стороны планирующей системы. [4, с. 280]. Затем приходит очередь политики в отношении планирующей системы. Под планирующей системой Гэлбрейт подразумевал господство крупных корпораций, которые не подчиняются законам рынка, т.к. обладают значительной властью над ценами, издержками, потребителями, поставщиками, обществом и государством, и как следствие – над экономикой страны в целом. Политика государства в отношении планирующей системы состоит в упорядочении ее целей с тем, чтобы они не определяли интересы общества, а служили им.

Гэлбрейт считает, что экономикой нужно управлять, в т.ч. контролировать зарплату и цены, целью налоговой политики должно быть достижение большего равенства в доходах. [4, с. 334]. Еще одна цель государственного регулирования состоит в предоставлении гарантированного дохода, или других его источников как неотъемлемого права тех, кто не может найти себе применение [4, с. 328].

Таким образом, Л. Эрхард, Ф.А. фон Хайек и В. Ойкен сходятся на том, что следует бороться с монополизацией рынка и создавать условия для конкуренции. Они понимают, что конкуренция не может существовать без поддержки и регулирования ее со стороны государства. Однако оно не должно вмешиваться в рыночное хозяйство, особенно там, где оно эффективно. Роль государства заключается в установлении «правил игры» и в надзоре за их соблюдением.

Что касается социальной политики, то она связана с экономической политикой сильнее, чем кажется. Желательной является такая социальная политика, которая направлена на уязвимые группы населения и на тех, кто в силу непреодолимых обстоятельств оказался в трудной жизненной ситуации. Остальные должны иметь возможность самостоятельно обеспечить себе достойный уровень жизни.

Идеи Дж. Гэлбрейта несколько отличаются. По его мнению, постоянное вмешательство государства является необходимым условием для усиления влияния рыночной системы и ослабления власти монополий. Но при этом он считает невозможным в сложившихся условиях переход к полной конкуренции и отказ от государственного управления экономикой.

Гэлбрейт критиковал монополии, т.к. они обладают огромной властью, ослабляют конкуренцию, приводят к неэффективному использованию ресурсов, диспропорциям в экономике, нарушениям экономической стабильности, которая не может восстановиться самостоятельно. Рыночная система страдает от власти планирующей системы. В таких условиях мелкие фирмы не могут эффективно функционировать. Гэлбрейт не утверждает, что и рыночная система в чистом виде является совершенной. А в условиях расцвета монополий она вообще очень уязвима. Кроме того, фирма в рыночной системе не обладает большим капиталом, чтобы обеспечивать технический прогресс.

С точки зрения Гэлбрейта важными функциями государства должны быть регулирование и вмешательство не только в планирующую систему, но и в любую часть рыночной системы, а также обеспечение выравнивания доходов с помощью активной социальной политики. В сущности, такое вмешательство государства не ведет к установлению полной конкуренции, а приближает экономику к централизованному управлению и государственному планированию, первым шагом к которому является национализация и огосударствление некоторых предприятий и отраслей, предложенные Дж. Гэлбрейтом в рамках политики «Нового Социализма».

Очевидно, что активная социальная политика отягощает экономику и ее может позволить себе страна с высоким уровнем экономического раз-

вития. Прежде чем проводить такую политику следует построить прочный экономический фундамент. Без роста экономической эффективности заботы о расширении социальных программ не приведут к успеху.

Кроме того, само по себе неравномерное распределение не является несправедливым. Справедливым будет предоставление государством равных возможностей всем гражданам. Слишком активная социальная политика нарушает действие рыночного механизма и снижает стимулы к деловой активности в результате чрезмерного перераспределения богатств. Однако не следует забывать и о положительных эффектах от социальной политики. Она стимулирует общественное развитие и экономический рост в долгосрочной перспективе. Там, где существуют «провалы» рынка социальная политика обеспечивает справедливость в производстве общественных благ.

Поэтому необходимо найти баланс в перераспределении доходов при котором экономика будет развиваться эффективно, а социальное неравенство не будет слишком велико.

Литература

1. Эрхард Л. Благосостояние для всех. С. 207. <http://www.twirpx.com/file/443767>.
2. Хайек Ф. Дорога к рабству / Пер. с англ. М.: Новое издательство, 2005. С. 264.
3. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. / Перевод с немецкого. Общ. ред.: Цедилина Л.И. и Херрманн-Пиллата К. М. С. 200. Интернет-адрес: <http://www.twirpx.com/file/942016>.
4. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. / Перевод с англ. Под общ. ред. Иноземцева Н.Н. и Милейковского А.Г. М.: «Прогресс», 1979. С. 390.

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ПРАКТИКУМ ПО ВЫСШЕЙ МАТЕМАТИКЕ: ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А. В. Гуща, Н. С. Сенников

В современном обществе развитие научно-теоретического и инновационно-проектного знания привело к появлению технологий, сориентированных на взаимодействие субъектов обучения или их интеракцию, которые получили название интерактивных, и предоставили возможность оптимизировать процесс образования [1].

Внедрение интерактивных форм обучения – одно из важнейших направлений совершенствования подготовки студентов в современном вузе. И хотя новые взгляды на обучение принимают далеко не все преподаватели, нельзя игнорировать данные многих исследований, подтверждающих, что использование активных подходов является наиболее эффективным путем, способствующим обучению студентов. Например,

студенты легче понимают и запоминают материал, который они изучали посредством активного вовлечения в учебный процесс. При этом изменяется и роль студента – он должен превратиться из пассивного «потребителя» готовых знаний в активного исследователя, интересующегося не столько получением конкретных знаний, сколько новыми технологиями и методами исследования для получения искомого результата.

Исходя из этого, основные методические инновации связаны сегодня с применением именно интерактивных методов обучения [1; 2].

Рассмотрим одну из структурных частей созданного нами на основе пособия [3] электронного учебно-методического комплекса (ЭУМК) по дисциплине «Основы высшей математики» – *Интерактивный практикум*.

Интерактивный практикум рассчитан в основном на «зону ближайшего развития» обучаемых. Его задача – выработка навыков решения ключевых задач учебного модуля. Следовательно, он должен обеспечить студента систематизированной, но по возможности, кратко изложенной учебной информацией, отразить все особенности, присущие этой информации, обучить студента методам поиска решений задач, научить выбирать и применять такие приемы мыслительной деятельности как реконструкция учебного материала, его структурирование, алгоритмизация, выделение смысловых логических связей и др. [4, с. 58].

Электронный практикум представлен системой ключевых задач (с их пошаговым решением) семи учебных модулей, изучаемых в данном конкретном курсе (комплекс составлен для гуманитарной специальности): 1) матрицы и определители; 2) системы линейных алгебраических уравнений; 3) векторы; 4) линии на плоскости; 5) плоскость и прямая в пространстве; 6) производная функции; 7) исследование функции с помощью производной.

Его интерактивность заключается в его некоторых особенностях, которые реализованы с помощью подсказок вида: «Актуализация знаний», «Обратите внимание» и «Видео-урок». При нажатии на «Актуализация знаний» вы получаете кратко изложенный теоретический материал, знание которого вам поможет правильно выполнить именно это практическое задание. В «Видео-уроке» объясняется и показывается весь процесс решения задачи. Подсказка «Обратите внимание» содержит альтернативный способ решения данной задачи, сопоставление этих решений, а также объяснение тех действий, которые преднамеренно не объяснялись в решении примера. Она помогает отделить главное от второстепенного и важное от несущественного. Все это помогает осознать особенности, присущие как отдельным задачам, так и целому классу задач.

Основная задача интерактивного электронного ресурса – оптимизация уровня работы с практическим материалом – достигается путем не-

сложных принципов работы со стандартным документом Microsoft Office Word. Связь между текстовыми документами осуществляется посредством гиперссылок.

Работа с ЭУМК начинается с главной страницы. Здесь необходимо выбрать гиперссылку «Интерактивный практикум». При открытии файла, содержащего практические основы высшей математики, перед нами предстает список тем курса. Выбирая из перечня необходимую тему, по гиперссылке мы перемещаемся в соответствующий ей список примеров, в котором представлен структурированный практический материал по выбранной теме. От конкретных примеров, представленных в содержании, по гиперссылкам выбираем те, которые интересуют нас в данный момент. Если мы захотим воспользоваться какой-либо из подсказок, то по гиперссылке можем просмотреть интересующую нас подсказку и обратно вернуться к решению примера. Из файла, содержащего решения, возможен прямой переход к Списку примеров, из файла, содержащего примеры, к Содержанию практикума, а из содержания практикума в основное содержание ЭУМК.

Электронный ресурс позволяют работать с документами, быстрее и эффективнее, нежели стандартные электронные учебники, в которых процесс перехода и возврата не автоматизирован, а осуществляется вручную.

Для оценки созданного ЭУМК был проведен **мониторинг**, в котором приняли участие студенты шести групп дневной и заочной форм обучения специальности «Менеджмент» гуманитарного факультета БГУ. К основным достоинствам и преимуществам данного учебного ресурса студенты отнесли то, что: весь учебный материал систематизирован и структурирован по темам; темы раскрыты полно; весь материал собран в одном месте, его не нужно искать по разным учебникам и в Интернете; материал изложен доступно, ясно и лаконично; материал изложен кратко, но краткость в данном случае только на руку, так как нет нагромождения тем и путаницы в понятиях и определениях; перемещение между темами сделано максимально удобным благодаря гиперссылкам, тем самым повышается продуктивность и эффективность работы.

По мнению студентов, данный учебный ресурс поможет обучающемуся: ликвидировать имеющиеся пробелы в знаниях; самостоятельно изучить тему, если он отсутствовал по какой-либо причине на занятиях; без труда выполнить домашние контрольные работы; подготовиться к зачету и экзамену; получить качественное образование независимо от формы обучения в вузе.

Все без исключения студенты отметили, что данный учебный ресурс не имеет аналогов. Его оригинальность заключается не только в не-

обычном режиме работе, но и в интерактивности самого математического текста.

Однако в результате мониторинга выявились не только положительные аспекты, но и отрицательные. Так, например, многие студенты столкнулись с проблемой работы гиперссылок, а именно сообщили, что не всегда можно осуществить переход по гиперссылкам. К тому же гиперссылки открывают множество окон вместо простого перехода. Неудобно и то, что открывается много документов, а надо найти то, с чего начинал.

К существенным недостаткам проекта отнесены: чрезмерное количество гиперссылок, которые рассеивают внимание; недостаточное количество видеороликов; отсутствие системы задач для самоконтроля (хотя система задач по всем учебным модулям имеется в наличии в пособии [3], на основании которого составлен данный электронный ресурс).

Некоторые из этих проблем легко разрешимы. Так, например, чтобы работали все гиперссылки необходимо всего-навсего не забыть извлечь файлы из архива (мы включили в инструкцию соответствующее пояснение).

Но многие существенные недостатки в рамках данного проекта разрешить все-таки не удастся в силу ряда объективных причин. Например, нельзя увеличить количество видео-уроков из-за того, что данный комплекс в основном распространяется посредством электронной почты, что в свою очередь накладывает ограничение на объем пересылаемого файла (24 МБ).

Отсутствие места для шага проекта вперед авторов не порадовало. Для оптимизации данного ЭУМК, а также для расширения и глобальной доступности проекта в целом, понадобилось что-то серьезнее, чем Microsoft Office Word. Решение нашлось достаточно быстро. Им оказался Internet. Наши коллеги уже поставили задачу по разработке интерактивного ресурса QUALITESTY.COM, который будет выполнять описанные ранее задачи. Для реализации проекта необходимо: выделенный сервер (VDS/VPS); операционная система Debian; установленный пакет технического языка LaTeX (TeX) на сервере для набора и демонстрации формул в наиболее удобной как для студента, так и для преподавателя форме; Kohana PHP Framework для связи технических аспектов с интерфейсом пользователя, для которого, в свою очередь, будут использоваться HTML, CSS, JavaScript.

Именно таким образом коллектив авторов проекта стремится привнести хоть небольшой, но все же лучик света, знаний и возможностей для самообучения всем тем, кто стремится найти свой путь.

Литература

1. Сиротина И. К. Интерактивная образовательная среда как фактор оптимизации процесса формирования математической культуры личности / И.К. Сиротина // Инновации в науке: материалы XI междунар. заочной науч.- практ. конф. Часть II (15 августа 2012 г.); [под ред. Я.А. Полонского]. Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. С. 37–46.
2. Интерактивное взаимодействие в обучении учащихся / Министерство образования Республики Беларусь, Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет им. М. Танка». Минск: БГПУ, 2010.
3. Сиротина И. К. Основы высшей математики: интерактивный курс. Минск, 2013. Интернет-адрес: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/41027>.
4. Сиротина И. К., Марченко А. И. Интерактивные образовательные ресурсы как средство обучения студентов математике // Экономическое образование и современные педагогические технологии. Экономика и предпринимательство: сб. науч. работ. Вып. 6 / Ин-т предпринимательской деятельности. Минск: БГПУ, 2012. С. 55–60.

ВОЕННАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

А. А. Данилевич

Наличие армии – обязательная характеристика любого современного суверенного государства. Отличительной чертой армии является численность и степень ее боеспособности. Состав армии, традиции и отношение общества к армии являются важнейшими причинами, которые влияют на формирование и дальнейшее развитие военной терминологии. Следует отметить, что военная терминология пополняется не только во время различного рода конфликтов, но и во время военных реформ и преобразований. Секретность и закрытость армии формируют предпосылки для возникновения и развития военного языка.

Понятие термин происходит от латинского *terminus* и переводится как ‘предел, окончание’. Основным отличием терминологической лексики от нетерминологической является ее максимальная абстрактность, однозначность, международность, логичность и семантичность. Таким образом, под термином понимается слово или словосочетание, закрепленной за конкретным понятием в системе понятий данной области науки или техники [1, с. 14].

В.Н. Шевчук определяет военную терминологию следующим образом: «упорядоченная совокупность военных терминов языка, которые отражают понятийный аппарат военной науки и, шире, военного дела и связаны с формами и способами ведения войны, с вопросами стратегического использования вооруженных сил, а также оперативно-тактического ис-

пользования объединений, соединений, частей и подразделений, с их организацией, вооружением и техническим оснащением» [2, с. 94].

Военные термины можно классифицировать следующим образом:

по сфере употребления (различных родов войск, штабные, общетактические, организационные, военно-топографические, командно-строевые);

Термины различных родов войск – термины, которые употребляются для описания понятий в формированиях вооруженных сил: частях, соединениях, объединениях, учреждениях, заведениях, организациях и органах управления, например, *artillery* ‘артиллерия’, *infantry* ‘пехота’, *radiotechnical troops* ‘радиотехнические войска’, *air force* ‘военно-воздушные войска’, *airborne troops* ‘воздушно-десантные войска’.

Штабные термины – термины, которые широко используются в органах военного управления личным составом, к примеру, *headquarters* ‘штаб’, *staff car* ‘штабной вагон’, *personnel* ‘личный состав’.

Общетактические термины – термины, которые используются при решении общетактических задач, ведении общевойскового боя и его подготовке, к примеру, *defense* ‘оборона’, *provost corps* ‘полевая жандармерия’, *offensive* ‘наступление’.

Организационные термины – термины, которые используются в различных единицах воинских сил, например, *unit* ‘подразделение’, *battalion* ‘батальон’, *division* ‘дивизия’, *company* ‘рота’.

Военно-топографические термины – термины, которые используются в изучении местности, ориентировании, целеуказании, производстве измерений на местности, к примеру, *topographic map* ‘топографическая карта’, *cartography* ‘картография’, *land survey* ‘наземная съемка’, *aerophotography* ‘аэрофотосъемка’.

Командно-строевые термины – термины, которые используются в строевой подготовке и командной речи военнослужащих, к примеру, *Arms, port!* ‘Оружие на грудь!’; *Eyes, right!* ‘Равнение направо!’.

по способу образования (морфологическое словообразование, семантическое словообразование, заимствования, аббревиатуры);

Морфологическое словообразование является основным способом словообразования и включает следующие способы: *аффиксация*, *слово-сложение*, *сокращение* и *конверсия*.

Аффиксация – это такой способ словообразования, который позволяет создавать новые термины при помощи присоединения словообразующих аффиксов к основам различных частей речи, к примеру, *maintainability*, *surveillance*, *deterrence*, *reunion*.

Словосложение – это такой способ словообразования, который позволяет образовывать новые слова путем соединения основ двух или более слов, к примеру, *aircraft, break-through, battlewise*.

Сокращение – это пропуск отдельных букв и слогов в слове, а иногда – изъятие значительной части слова кроме отдельных букв, к примеру, *Svc Pit (service platoon)* ‘взвод обслуживания’, *sub* образовано от *submarine* ‘подводная лодка’, *radome* от *radar dome* ‘обтекатель антенны РЛС’.

Конверсия – весьма распространенный в военной терминологии английского языка тип словообразования, при котором принадлежащее к определенной части речи слово, не изменяя исходной формы, приобретает значение другой части речи. К примеру, *shell > to shell; rocket > to rocket; mortar > to mortar; blockade > to blockade*.

Говоря о способах словообразования, следует упомянуть семантический способ, а именно перенос значения. Фамилия или имя изобретателя может переноситься на сам предмет. К примеру, *Diesel* – фамилия изобретателя и название типа двигателя, *Kalashnikov* – фамилия конструктора и всемирно известный автомат, *Sten* ‘автомат’, *Bren* ‘ручной пулемет’.

Следует отметить, что в основном увеличение словарного объема терминосистемы осуществляется за счет внутренних ресурсов языка (широкое использование словообразовательных аффиксов словосложение, сокращения).

по структуре (односоставные, двусоставные, многосоставные);

Основу военной терминологии английского языка составляют односоставные и многокомпонентные номинативные единицы, которые в основном представлены субстантивными соединениями, к примеру, *battle – battle field – battlefield interdiction – battlefield interdiction line – battlefield air interdiction*.

по стилистической характеристике (нейтральные и эмоционально-окрашенные лексические единицы).

Следует отметить, что военные термины, как правило, представлены нейтральными по эмоциональной окраске лексическими единицами. Тем не менее, следует привести данную классификацию по стилистической характеристике, так как эмоционально-окрашенные лексические единицы военной сферы обозначают те же понятия, что и нейтральные лексические единицы.

Под эмоциональной окраской подразумевается связанное со значением слова эмоциональное отношение к понятию, названному данным словом. Примерами эмоционально окрашенной военной лексики английского языка являются следующие слова: *push-button war* ‘кнопочная

война’, *trigger-happy* ‘стреляющий без разбора’, *slick ship* ‘невооруженный вертолет’[3, с. 19].

Литература

1. *Борисов В. В.* Аббревиация и акронимия // Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / под ред. А.Д. Швейцера. М., 2004. С. 132–135.
2. *Бубнов И. А.* Военная топография: учеб. пособие / И.А. Бубнов, А.К. Калинин, С.А. Шленников, А.И. Кремп. М.: Воениздат, 1969.
3. *Шевчук В. Н.* Военно-терминологическая система в статике и динамике: дис. ... д-р. филол. наук. Москва, 1985.

ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫЕ УРАВНЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧАХ

Л. Даниш, В. Лапицкая

ВВЕДЕНИЕ

В нашей работе мы рассмотрели некоторые примеры применения дифференциальных уравнений в моделях динамики финансово-экономических процессов. Такие модели достаточно эффективны при исследовании эволюции экономических систем на длительных интервалах времени.

Математическое моделирование экономических и природных процессов приводит к необходимости решения уравнений, которые кроме независимых переменных и зависимых от них искомых функций, содержат также производные или дифференциалы от неизвестных функций. К таким моделям, в частности, относятся следующие:

- Модель естественного роста выпуска
- Динамическая модель Кейнса
- Неоклассическая модель роста
- Модель динамики популяций (Вольтерра-Лотка)
- Модель Холлинга-Тэннера
- Модель выравнивания цен по уровню актива и т.д.

Мы разобрали их в своей работе, а в статье рассмотрим одну из них.

УРАВНЕНИЯ ВОЛЬТЕРРА-ЛОТКА. МОДЕЛЬ КОНКУРЕНЦИИ ФИРМ НА ОСНОВЕ ДИНАМИКИ ПОПУЛЯЦИЙ

В динамике популяций есть много примеров, когда изменение численности популяций во времени носит колебательный характер. Одним из самых известных примеров описания динамики взаимодействующих

популяций являются уравнения Вольтерра-Лотка. Рассмотрим модель взаимодействия хищников и их добычи, когда между особями одного вида нет соперничества на примере конкурирующих фирм, где в роли хищников выступают крупные компании, а в роли добычи – мелкие фирмы.

Пусть x_1 и x_2 – число мелких и крупных фирм соответственно. Предположим, что относительный прирост мелких фирм x_1'/x_1 равен $a - bx_2$, $a > 0$, $b > 0$, где a – скорость увеличения количества небольших фирм в отсутствие крупных конкурентов, $-bx_2$ – потери от конкуренции с крупными компаниями. Развитие крупных компаний зависит от количества «поглощаемых» мелких фирм, при отсутствии которых ($x_1=0$) относительная скорость изменения количества крупных компаний равна $\frac{x_2'}{x_2} = -c$, $c > 0$, наличие мелких фирм компенсирует убывание, и при $x_1 > 0$ имеем $\frac{x_2'}{x_2} = (-c + dx_1)$, $d > 0$. Таким образом, система Вольтерра-Лотка имеет вид:

$$\begin{cases} x_1' = (a - bx_2)x_1 \\ x_2' = (-c + dx_1)x_2 \end{cases}$$

где $a, b, c, d > 0$.

Рассмотренная модель может описывать поведение конкурирующих фирм, рост народонаселения, численность воюющих армий, изменение экологической обстановки, развитие науки и пр. Рассмотрим фазовый портрет системы Вольтерра-Лотка для $a=4$, $b=2.5$, $c=2$, $d=1$ (Рис. 1) и графики ее решения с начальным условием $x_1(0)=3$, $x_2(0)=1$, построенные программой ОДУ (Рис. 2).

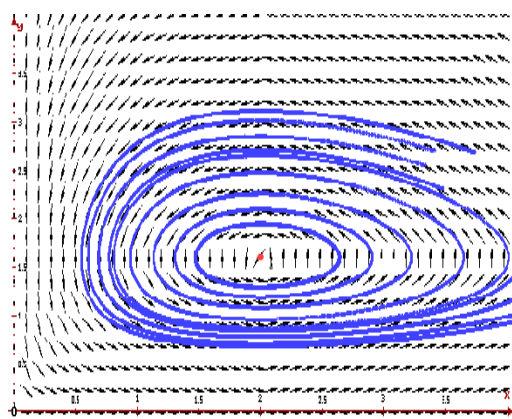


Рис. 1. Фазовый портрет системы

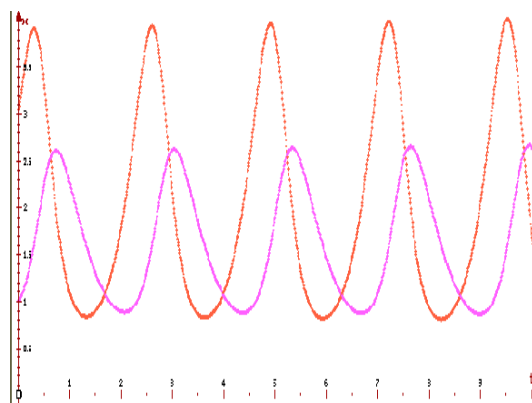


Рис. 2. Графики решения

Видно, что процесс имеет колебательный характер. При заданном начальном соотношении числа мелких и крупных фирм 3:1, число фирм каждого вида сначала растет. Когда число крупных компаний достигает величины $b=2.5$, количество небольших фирм не успевает восстано-

ваться и их число начинает убывать. Уменьшение количества поглощаемых конкурентов через некоторое время начинает сказываться и на количестве крупных компаний и, когда число небольших фирм достигает величины $x_1=c/d=2$ (в этой точке $x_2'=0$), число крупных тоже начинает сокращаться вместе с сокращением числа мелких. Сокращение их числа происходит до тех пор, пока число крупных компаний не достигнет величины $x_2=a/b=1.6$ (в этой точке $x_1'=0$). С этого момента начинает увеличиваться число мелких фирм, благодаря чему через некоторое время их становится достаточно, чтобы обеспечить появление новых крупных компаний, число фирм обоих видов растет, и процесс повторяется снова и снова. На графике четко виден периодический характер процесса. Количество мелких и крупных фирм колеблется возле величин $x_1=2$, $x_2=1.6$ соответственно (дробные числа здесь не означают «половину компании», величины могут измеряться в сотнях, тысячах и т.п.). Периодичность процесса явственно видна на фазовой плоскости – фазовая кривая $(x_1(t), x_2(t))$ – замкнутая линия. Самая левая точка этой кривой – это точка, в которой число мелких фирм достигает наименьшего значения. Самая правая точка $x_1=4$, $x_2=1.6$ – точка пика количества мелких фирм. Между этими точками количество крупных концернов сначала убывает до нижней точки фазовой кривой, $x_1=2$, где достигает наименьшего значения, а затем растет до верхней точки фазовой кривой ($x_1=2$, $x_2=2.5$). Фазовая кривая охватывает точку $x_1=2$, $x_2=1.6$.

На языке дифференциальных уравнений это означает, что система имеет стационарное состояние $x_1'=0$, $x_2'=0$, которое достигается в точке $x_1=2$, $x_2=1.6$. Если в начальный момент система находилась в стационарной точке, то решения $x_1(t)$, $x_2(t)$ не будут изменяться во времени, останутся постоянными. Всякое же другое начальное состояние приводит к периодическому колебанию решений. Неэллиптичность формы траектории, охватывающей центр, отражает негармонический характер колебаний.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дифференциальные уравнения широко используются для моделирования реальных систем, зависящих от времени, в частности, для описания и исследования экономических и биологических систем. Без аппарата дифференциального исчисления было бы невозможно математическое моделирование многих экономических и природных процессов.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.exponenta.ru/>. Образовательный математический сайт – Теоретическая справка – 1993–2013.

2. Интернет-адрес: http://fislas.ru/lin_prog/veroatnoct35.htm. Высшая математика в экономике – 2013.

ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ ИЗДЕРЖЕК НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БЕЛОРУССКИХ ТОВАРОВ

Е. С. Дашкевич

Инфляция издержек, как известно, в последнее десятилетие в нашей стране часто опережала инфляцию спроса, и в связи с этим в белорусской инфляции стало принято выделять импортируемую инфляцию, связанную с изменением условий экспорта и импорта материально-энергетических ресурсов, с зависимостью от российских поставок. Нестабильность цен на энергоносители, периодическое их повышение вызывает шоки предложения, формируя импульсы импортируемой инфляции и увеличивая материально-энергетические затраты предприятий. Исходя из теории рыночной экономики, можно выстроить гипотезу, что это существенно подрывает конкурентоспособность белорусских товаров.

В практике мирового хозяйствования классическими примерами инфляции издержек, вызванной шоками цен на энергоносители, импортировавшиеся из стран ОПЕК, является энергетический кризис в США и Западной Европе 1973–1974 гг. и первой половины 80-х, когда в условиях резкого повышения цен многие страны вынуждены были пересмотреть свою энергетическую политику, столкнувшись с падением конкурентоспособности. Каждая искала свой путь выхода из кризиса, коренным образом изменяя структуру топливно-энергетической базы экономики. Был ограничен импорт нефти за счет энергосберегающих мероприятий, увеличено производство собственных энергоресурсов, осуществлена замена нефти углем, ядерным топливом, активизированы научные исследования, разработки и использование энергосберегающего оборудования и технологий. Франция создала систему мощных АЭС; Дания переориентировалась на собственный природный газ, ветроэнергоресурсы и каменный уголь, завозимый на огромных танкерах через океан; Англия стала добывать нефть со дна Северного моря. В США политика энергосбережения за первые 10 лет ее осуществления позволила снизить затраты на энергию более чем на 200 млрд. дол., в 1974–1986 гг. энергоемкость промышленности ежегодно снижалась на 3,7 %, а в дальнейшем темп снижения составил около 1,2 % в год [1, с. 34–36].

В нашей стране проблема энергосбережения возникла гораздо позднее. В начале 90-х гг. Республика Беларусь оказалась самой энергоемкой

из всех стран СНГ, за двадцать последующих лет энергоемкость ВВП была снижена в 2,8 раза [2], в некоторые годы достигалось снижение 5–8 %, однако до сих пор проблема остается достаточно острой, что создает угрозы для национальной конкурентоспособности.

Одним из важных проявлений конкурентоспособности предприятий является рентабельность производства и продаж. Анализ статистических данных, проводимых по национальной экономике в целом, подтверждает существование отрицательной зависимости между ценами на энергоносители и рентабельностью отраслей [3], что свидетельствует о снижении их конкурентоспособности. Но если эта зависимость напрямую прослеживается в нефтепереработке и энергетике, где высок удельный вес энергоносителей в структуре себестоимости, то в строительстве, транспортной отрасли, сельском хозяйстве и др. эта связь косвенная, скрытая тарифами на энергию для предприятий и регулированием цен на их конечную продукцию и услуги.

Поскольку расходы на энергоносители являются важной составляющей в себестоимости производимой продукции и услуг, рост цен на топливно-энергетические ресурсы увеличивает себестоимость продукции и, тем самым, снижает их конкурентоспособность. Однако можно заметить, что рост цен на российские импортируемые энергоносители в последние годы значительно опережал рост цен на энергоносители для предприятий реального сектора экономики и, следовательно, истинная причина высокой себестоимости скрывается в других явлениях. Так, с 2006 г. по начало 2013 г. рост цен на природный газ составил 4,6 раза в долларовом исчислении, а рост цен (тарифов) на электроэнергию для промышленных предприятий составил только около 2 раз [2]. При этом после предыдущих повышений, в 2012 г. российский Газпром уменьшил цену на газ для Беларуси примерно на 40 %, но в реальном секторе в связи с уменьшением энергетической составляющей цены соответственно не снизились. Это позволило отдельным экспертам сделать вывод, что влияние энергоносителей не так существенно и заявления о том, что рост тарифов на энергоносители лишает конкурентоспособности отечественные товары, мягко говоря, не состоятельны [4]. По их расчетам, если бы даже тарифы выросли на 40 %, то себестоимость товаров по энергетическому фактору возросла бы не более чем на 4 %. Более значимым фактором инфляции издержек, по их мнению, является высокая материалоемкость белорусской продукции.

Отражением противоречивых взглядов на зависимость «цены энергоносителей – конкурентоспособность» стал конфликт «Белэнерго» и «Белнефтехима» в начале 2013 г., в результате которого представители

последнего заявили о невозможности модернизации и эффективных инвестиций в условиях действующих тарифов на энергию и необходимости поиска альтернативных путей обеспечения энергией (самостоятельные закупки в России, собственное производство энергии) [5]. На предприятиях «Белнефтехима» энергетическая составляющая занимает второе место в себестоимости после сырья, производят они около 30 % промышленного производства и занимают первое место по валютной выручке. Поэтому искусственное поддержание высоких тарифов на электро- и теплоэнергию особенно болезненно сказывается на них и, тем самым, происходит снижение всей национальной конкурентоспособности.

Однако завышение тарифов является не столько следствием импортируемой инфляции, сколько результатом социальной политики. Получая природный газ из России по льготным ценам, регулирующие структуры производят перекрестное субсидирование, перекладывая на предприятия бремя цен на энергию, недоплаченную домохозяйствами, поэтому цена электроэнергии для промышленных и индивидуальных потребителей различается примерно в четыре раза. В результате такой социальной нагрузки белорусские предприятия вынуждены платить за электроэнергию выше, чем европейские предприятия.

Потери, которые несет страна в связи с инфляцией издержек и падением конкурентоспособности показывают, что социальные функции экономической политики не могут оставаться прежними, если угрожают кризисом всей экономической системы. Конкурентные угрозы должны ускорить решение вопросов о реформировании энергетической отрасли и отмене перекрестного субсидирования, а для этого необходимо жертвовать некоторыми социальными льготами для населения.

Литература

1. Основы энергосбережения: курс лекций / О.В. Свидерская. 4-е изд., стер. Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. С. 296.
2. Задачи энергосбережения и энергосбережение на производстве. Интернет-адрес: <http://normel.by/>.
3. Полоник С. С., Полоник И. С., Энажар Аюб Али Мохамед Влияние роста цен на энергоносители на финансовое состояние отраслей реального сектора экономики. Интернет-адрес: http://media.miu.by/files/store/items/eiup/30/eiu_30_2012_1.pdf.
4. Молочко Ф. Энергетикам цены не пришьешь. Интернет-адрес: http://www.neg.by/publication/2012_04_17_15942.html.
5. Отсутствие в Беларуси рыночных условий в энергетике порождает конфликты между ведомствами. Интернет-адрес: <http://www.interfax.by/news/belarus/126562>.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПОСОБИЯ. ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ

А. Д. Карпова

Технологии создания электронных книг развиваются ускоренными темпами. Так, в 2012 году была выпущена обновленная версия программы Ibooks Author 2.0, которая позволяет создавать электронные книги формата *.ibooks [1]. Этот формат поддерживает целый ряд интерактивных форм: видео, галереи изображений, тесты, опросники, HTML приложения, 3D вьювер моделей. Недостаток новизны формата состоит в том, что он полноценно поддерживается только устройствами iPad.

Такой формат электронной книги ориентирован (с точки зрения Apple) на образовательный сегмент. Они считают, что интерактивный режим будет более эффективен в процессе обучения. Появление таких книг похоже на революцию в образовательной сфере [2].

В приложении iBooks Author для создания электронных книг все доступные функции воспринимаются на интуитивном уровне, а основные элементы максимально упрощены.

Панель инструментов имеет удобное описание инструментов при наведении на них. Первая иконка на панели инструментов это добавление частей книги. Следующая – управление вспомогательными видами структуры вашей книги в левой панели. За ней идет кнопка ориентации вида. Основная ориентация по умолчанию считается горизонтальной.

Затем идет раздел основных модулей интерактивной книги. Текстовый блок, графические примитивы (линия, квадрат, круг, многоугольник, произвольный многоугольник), таблица, график, интерактивные элементы (галерея изображений, видео, опросник, модуль Keynote, интерактивное изображение, 3d сцена и произвольный HTML код).

После основных элементов создания книги идут две кнопки публикации. Первая отвечает за предпросмотр на iPad, вторая отвечает за публикацию книги в специальном формате iTunes Store.

Последняя группа кнопок включает/выключает палитры панелей инструментария для работы со свойствами включенных элементов, видео, цветом, шрифтами. Под основными кнопками можно включить вспомогательную панель разметки для выделенного объекта.

Таким образом, интерфейс программы понятен и не требует специальных знаний от пользователей.

Перед созданием книги в данном редакторе необходимо определиться с шаблоном, иллюстрированный список которых, появляется при запус-

ке программы. Пока что шаблонов не так уж и много и все они предназначены для создания учебных пособий, но скоро их появится великое множество, и можно будет приобрести подходящий именно вам шаблон.

Шаблоны включают в себя дизайн обложки, главы или несколько видов глав, разделы и страницы. Шаблоны страниц можно делать для любых целей: для аннотации, для копирайта, для списка литературы. В шаблонах также настроены текстовые стили и стили списков. Текстовые стили включают следующие настройки: тип шрифта, его размер, цвет, начертание, стили абзацев. Их сразу можно применять для заголовков, основных и вспомогательных, основного текста, подписи к картинкам, таблицам, опросникам и любым другим элементам которые будут присутствовать в книге. Гармоничная настройка этих стилей очень помогает при верстке и выдержанности всей книги в едином стиле.

В структуре книги формата *.ibooks есть три основных части: глава, раздел и страница. В первых двух частях есть главная страница и последующие. Если добавлять главу, то первой идет шаблон главной страницы, а если к ней добавлять страницы, то они будут появляться как последующие. Также происходит и с разделом.

Для оформления общей структуры книги существуют обложка, видеозаставка, оглавление и глоссарий. Обложка будет видна только как иконка на книжной полке в iBook, а также в виде анимации при открытии книги.

Видеозаставка будет автоматически проигрывать видеоролик сразу при открытии книги. Если на эту страницу ничего не ставить, то и присутствовать в публикации она не будет.

Оглавление заполняется автоматически, по мере заполнения книги главами и разделами.

При открытии шаблона книги формируется, по меньшей мере, одна глава и раздел со страницей.

Более широкое распространение в последнее время получил формат электронных книг Electronic Publication (ePub). Этот формат пытается соединить в себе простоту, с одной стороны, и достаточную гибкость форматирования сложных изданий – с другой.

EPUB – Electronic Publication, как его называли разработчики – Международный форум по цифровым публикациям (IDPF International Digital Publishing Forum) [3].

Цель создания данного формата состоит в том, чтобы обеспечить максимальную универсальность, совместимость и доступность. По идее разработчиков, формат EPUB должен позволять создавать сложные

электронные документы (содержащие форматирование, формулы, графику), который открыт и доступен для отображения на любом электронном устройстве – не только на специализированных букридерах, но и на КПК, телефоне, ноутбуке [4].

В целом, файл с расширением .epub – это комплексный файл, архив сразу нескольких файлов. Простейший способ рассмотреть и разобраться с этими файлами – написать в названии электронного документа zip вместо epub и открыть его архиватором.

Внутри такого архива будет несколько видов файлов [5]. Во-первых, это текст в одном из поддерживаемых форматов – XHTML, HTML и даже PDF. Во-вторых, это описание документа в XML. В-третьих, «дизайн» книги, который представлен папками и файлами, содержащими таблицы стилей, шрифты и изображения.

Эта комплексность соответствует целям разработчика и обеспечивает потенциально очень высокое качество документа. Формат *.ibooks стал логическим продолжением *.epub.

Чтение электронных книг зависит от их формата. Формат *.ibooks можно полноценно читать только на iPad. Книги ePub – это в большинстве случаев файлы xhtml, поэтому их можно просматривать в браузерах. На сегодняшний день уже имеется расширение для браузера Firefox под названием epubread, при помощи которого электронные книги формата ePub можно читать прямо в обозревателе [6]. Для чтения на мобильных неспециализированных устройствах – смартфонах, КПК лучше всего подходит FBReader, свободная программа для чтения электронных книг в различных форматах, не только в ePub [7]. Разные версии этой программы поддерживаются на платформах: Windows, Android, Linux, Mac OS X, Blackberry и др.

Таким образом, широкое распространение мобильных устройств послужило толчком к появлению новых форматов электронных книг и инструментальных средств, простых и изобилующих интерактивными функциями, которые доступны для авторов как платно, так и бесплатно.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.apple.com/ru/ibooks-author/>.
2. Интернет-адрес: <http://www.apple.com/ru/ibooks-author/gallery.html>.
3. Интернет-адрес: <http://idpf.org/epub>.
4. Интернет-адрес: <http://epubbooks.ru/tools.php>.
5. Интернет-адрес: <http://www.ibm.com/developerworks/ru/edu/x-epubtut/>.
6. Интернет-адрес: <http://www.epubread.com/en/>.
7. Интернет-адрес: <http://fbreader.ru/>.

СУГГЕСТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕТАФОРЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Е. П. Коледа

Загадка метафоры как искусства слова еще в древности привлекала многих выдающихся ученых: Аристотеля, Гегеля, Платона, Гераклита. Под метафорой следует понимать художественно-эстетическое средство образной номинации явлений и объектов действительности, основанное на сравнении их (за счет аналогии или ассоциирования) с другими явлениями (объектами метафоризации). Метафоры являются не только средством выразительности, но, можно полагать, и мощным средством суггестивного воздействия. В политическом дискурсе метафора выступает эффективным инструментом манипулирования, опосредованно формируя или модифицируя взгляды, установки, оценки, мотивы потенциальных интерпретаторов.

Определение того, по какой модели построена та или иная метафорическая единица политического дискурса, позволит нам не только уяснить импликацию высказывания, но и, предположительно, приблизиться к пониманию стратегий формирования и деятельности языковых личностей субъектов национальной политики.

Для изучения манипулятивного потенциала политической метафоры в политическом дискурсе нами были проанализированы две речи Б. Обамы («Remarks by the President on Oil and Gas Subsidies» и «President Barack Obama's inaugural address»), а также тексты двух публичных выступлений М. Роумни («Mitt Romney's Acceptance Speech» и «Romney Speech To NALEO»). Контекстуально-семантический анализ экспериментального корпуса текстов предполагал выделение всех присутствующих в речах политических метафор за счет обнаружения случаев вербализованной аналогии экспрессивно-оценочного свойства на основе анализа дискурсивного контекста и контекстуальной семантики речевых единиц. Контекстуально-семантический анализ позволил нам составить корпус политических метафор из 45 единиц, обнаруженных в указанных речах политиков.

Компонентный анализ сформированного таким образом корпуса политических метафор предполагал установление модели каждой метафорической единицы по критерию объекта метафорического сравнения, его оценочных качеств и свойств. Итак, нами были выделены следующие метафорические модели. *Антропоморфная метафорическая модель* предполагает использование разнообразных объектов антропоцентрической сферы в качестве образов метафоризации (*a man with a big heart from a small town*). *Артефактная метафорическая модель* основана на

использовании в качестве объектов метафоризации технических механизмов, предметов быта, транспортных средств и т. д. (*America's engine of job growth*). *Социальная метафорическая модель* предполагает привлечение при построении тропа в качестве объектов метафоризации явлений и сущностей из таких сфер социальной и общественной жизни людей как *дом, семья, культура, спорт* (*we continue a never-ending journey*). *Природная метафорическая модель* включает использование природных явлений, а также живых организмов в качестве моделей метафорического сравнения (*inexhaustible resource: American ingenuity and American imagination*). Отдельно нами была выделена *предикативная метафорическая модель*: при создании метафоры по этой модели ключевым звеном метафорического переноса значения выступает предикат, глагол, а собственно метафорическое сравнение осуществляется на основе действия, а не объекта (*we can't just drill our way out of this problem*).

Несмотря на то, что суммарный объем проанализированных речей Б. Обамы почти вдвое уступает объему текстов выступлений М. Роумни (по количеству слов), речи Б. Обамы весьма метафоричны: количество присутствующих в устных выступлениях Б. Обамы метафор более чем в два раза превышает количество метафор в речах М. Роумни (31 и 14).

В речах Б. Обамы наиболее часто встречаемыми моделями построения метафор являются *предикативная* и *социальная*. Тем самым нынешний американский президент имплицитно в своем выступлении акцентирует жизненную позицию личности активной, деятельностной, преобразующей окружающий мир. *Метафорический профиль* речи Б. Обамы представляется четко структурированным и однозначным: «*активность – объект – окружающая действительность*».

В речах М. Роумни наиболее часто встречаемыми моделями построения метафор являются *социальная, природная* и *антропоморфная*. Используемые метафорические модели и их количественная представленность позволяют предполагать, что имплицитно, говорящий (М. Роумни) акцентирует особую значимость собственно человеческих ценностей и отношений. Комплекс метафорических моделей, использованных для построения метафор в речах М. Роумни, формирует *метафорический профиль* «*общество – человек – среда*».

Определение метафорического профиля политического деятеля не только дает нам возможность увидеть функционально-речевую окраску речей, но и позволяет сделать выводы относительно характера и жизненной позиции политиков.

Проведенное нами исследование даже на материале небольших фрагментов дискурсивной практики выявило заметные отличия в имплицитно расставляемых в политических речах акцентах, которые, можно пола-

гать, формируют имидж политика и задают определенный фокус внимания воспринимающей аудитории. Более репрезентативный экспериментальный материал, предположительно, может обнаружить кардинальные отличия в метафорических профилях речей различных политиков, которые воплощают различные стратегии суггестивного воздействия, чем в значительной степени и объясняется производимый эффект и формируемое ментальное состояние слушателей.

RELIGION IN THE UK

L. Kondrasyuk, V. Zavatskaya

The topic of the research is 'Religion in the UK'. It is topical because religion has deep roots and it is part of the history of the United Kingdom. It affected the development of life and traditions in the society, its ethical and esthetic standards, culture, and also sometimes effectiveness of some historic events.

The subject matter is religions in different parts of UK.

The aim of the survey is to study the existing religions in the United Kingdom and their impact on the society. To achieve this aim the authors fulfil the following tasks:

1. to study the origin and the formation of various religious communities;
2. to conduct a systematic research on connection between religion and society and to reveal on this basis the importance of existence of God and belief in it;
3. to define the percentage of the people believing in God, the dominating religion and church attendance in the UK;
4. to review existing and ever existing religions.

Pre-Roman forms of religion in Britain included various forms of ancestor worship and paganism. Ancient faith was influenced by the natural world and the threat posed by the elements. Little is known about the details of such religions. The priests are known as the druids. The inhabitants of Britain originally worshipped their ancestors, burying them in long barrows and performing rituals to influence the weather and the harvest. But when Britain's climate changed radically around 3,000 BC, the ancestor cult came to an end and Britons looked to nature itself to influence their fortune [2, p. 1].

Forms of Christianity have dominated religious life in what is now the United Kingdom for over 1,400 years. It was introduced by the Romans and the British church was a missionary church with figures such as St Illtud, St Ninian and St Patrick evangelising in Wales, Scotland and Ireland, but the invasions by the pagan Angles, Saxons and Jutes in the fifth century seem to have destroyed the organisation of the church in much of what is now Eng-

land. In 597 a mission sent by Pope Gregory the Great and led by St Augustine of Canterbury landed in Kent to begin the work of converting these pagan people. What eventually became known as the Church of England was the result of a combination of three streams - of Christianity, the Roman tradition of St Augustine and his successors, and the Celtic tradition coming down from Scotland [4]. Roman Catholicism remained the dominant form of Christianity throughout the Middle Ages, but the Anglican Church of England became the independent established church in England and Wales from 1534 as part of the Protestant English Reformation after the break with Rome when Henry VIII rejected the supremacy of the pope. The catalyst for this decision was the refusal of the Pope to annul the marriage of Henry VIII and Catherine of Aragon. The Church of England is still the state church in England, it retains a representation in the UK Parliament and the British monarch is its Supreme Governor. The Church of England is divided into two provinces: Canterbury and York. The Archbishop of Canterbury is the spiritual leader of the Anglican Church, and the archbishop of York is the leader of the northern province.

In Scotland the Reformation gave rise to the Church of Scotland, which was governed by presbyteries – local bodies composed of ministers and elders – rather than by bishops, as was the case in England. By the end of the 16th century, the Protestant Church of Scotland had developed into a Presbyterian Church, with a system of courts (today the General Assembly, presbytery and kirk session), and a strong tradition of preaching and Scriptural emphasis. After the succession of William and Mary to the throne in 1688, the reformed Presbyterian Church was established as the national Church of Scotland. The monarch even today has a special relationship with the Church of Scotland and renews that every year by sending a representative to attend the General Assembly [3, p. 51].

Today there are two established churches in the UK: in England – the Anglican Church of England, and in Scotland – the Presbyterian Church of Scotland. The (Anglican) Church in Wales was disestablished in 1920 and, as the (Anglican) Church of Ireland was disestablished in 1870 before the partition of Ireland, there is no established church in Northern Ireland. In the 17th century further schisms divided the Church of England as a consequence of the Puritan movement, which gave rise to so-called Nonconformist denominations, such as the Baptists and the Congregationalists that reflected the Puritan desire for simpler forms of worship and church government. The great Evangelical revivals of the 18th century led to the foundation of Methodist churches, particularly in the industrial areas. Northumberland, Durham, and Yorkshire in northeastern England and Cornwall in the southwestern peninsula still have the largest percentages of Methodists. Nowadays there is also a growing number of independent, charismatic churches that en-

courage Pentecostal practices as part of their worship. There are many Russian, Greek, Serbian and Coptic Orthodox Churches in the United Kingdom.

In the 19th century various fundamentalist faiths developed and there was a marked increase in the practice of Judaism in Britain. Nowadays more than half of all British Jews live in Greater London, and nearly all the rest are members of urban communities. Britain now has the second largest Jewish community in Europe.

The British tradition of religious tolerance has been particularly important since the 1950s, when immigrants began to introduce a great variety of religious beliefs. Particularly since the twentieth century, immigration and demographic change have contributed to the growth of other faiths, including Islam, Hinduism, and Sikhism. The largest number of Muslims came from Pakistan and Bangladesh, with sizable groups from India, Cyprus, the Arab world, Malaysia, and parts of Africa. The large Sikh and Hindu communities originated in India. There are also many Buddhist groups. This, and the relatively large number of individuals with nominal or no religious affiliations has led commentators to variously describe the United Kingdom as a multi-faith, secularized, or post-Christian society [5, p. 12].

The highest concentration of other religions is found in London. The capital has the highest proportion of the nation's Muslims (8.5 %), Hindus (4.1), Jews (2.1 %) and Buddhists (0.8) percent. Muslims have now emerged as the second largest religion in the UK, comprising 2.7 percent of the population and some 1.5 million people.

Growing numbers of people across the UK no longer believe in the need for church membership and virtues of church attendance. They still, overwhelmingly, believe in God or a higher power, but, increasingly, they do not complement this with membership of an institutional church or regular attendance.

Only 10 % of the UK adult population goes to church at least weekly. 15 % attend church at least monthly. 26 % attend church at least yearly. 59 % never or practically never go to church. One in four of the UK adult population say they go to church at least once a year and 59 % never or practically never go to church.

In 2004, the BBC commissioned an ICM poll in ten countries examining levels of belief, participants from the United Kingdom tended to display markedly less religious belief than many of their counterparts. In response to the question "A belief in God (higher power) makes for a better human being", 43 % participants from the UK disagreed with this statement, substantially more than any other nationality. For example, in the United States the picture of belief is quite different, in the USA only 3 % of people questioned in the

American Religious Identification Survey stated they did not have a belief in God, and only 8 % were doubtful.

There is a consensus in the UK that abortion is justified in cases of a health risk to the parent or a defect has been diagnosed, with the British Social Attitudes Survey finding that, 78 % of the UK population supports choice in cases of a health risk to the parent or a defect has been diagnosed.

In the British Social Attitudes Survey, when asked “medical research on embryos should probably or definitely be allowed”, 61 % of religious respondents agreed, compared to 77 % non-religious respondents [1].

As you can see, the number of religious and non-religious membership is practically equal. The analysis allows to come to the following conclusions:

- the most wide-spread religions are Christianity, Islam and Hinduism;
- the primary religion is Christianity – 71, 6 %.
- growing numbers of people across the UK no longer believe in the need for church membership and virtues of church attendance;
- 23 % of population are non-religious.

Religion may play role in minds of the UK-citizens, but not in their souls, moreover, belief in God makes no sacred contribution to them. Religious belief is declining faster than attendance at services in the UK.

Thus, the assigned tasks have been fulfilled and the assigned aim has been achieved.

References

1. British Humanist Association Press Release [Internet resource] // Religion and belief statistics. – Mode of access: <http://humanism.org.uk/campaigns/religion-and-belief-some-surveys-and-statistics/>.
2. *Davie Martin*. A guide to the Church of England. // Mowbray, London, 2008.
3. Encyclopedia Britannica, T. 20. // Encyclopedia Britannica, Incorporated, 1970.
4. The BBC report [Internet resource] // Britain's spiritual history. Mode of access: http://www.bbc.co.uk/religion/religions/paganism/-history/spiritualhistory_1.shtml.
5. The New Encyclopaedia Britannica, т. 29, изд. 15 // Encyclopaedia Britannica, 2003.

ОСОБЕННОСТИ РОДИЛЬНОГО ОБРЯДА В БЕЛАРУСИ

Д. В. Корниенко

На протяжении последних лет благодаря национальному возрождению у белорусов возникла потребность в обращении к своему прошлому, истории, культуре, в том числе к народным традициям, обычаям, обрядам. Лучше всего о переломном этапе говорит В. Литвинко: «Беларускі народ знаходзіцца ў наш час на крытычным пераломе ў сваім гістарычным існаванні – сцвярджае і адраджае старажытнасць, непаўторнасць і самабытнасць сваёй нацыянальнай культуры. Зробіць ён свой ук-

лад у скарбонку сусветнай культуры і тым самым сапраўды зойме “свой пачэсны пасад між народамі” ці не- залежыць у найбольшай ступені ад ахвярнай працы на святой ніве адукацыі і культуры. У гэтых умовах стокроць узрасце роля традыцыйнай культуры, якая тоіць у сваіх глыбінна-старажытных формах найбольш самабытныя нацыянальна-мастацкія з’явы, абрады, святы» [4, с. 17].

Знание и детальное выполнение традиционных семейных обычаев и обрядов играло немаловажную роль в формировании положительного или отрицательного общественного мнения о той или иной семье, что имело большое для нее значение. Это вполне закономерно, так как «сямейныя звычаі і абрады аб’ядноўвалі і ўмацоўвалі сям’ю, служылі своеасаблівым механізмам для перадачы этнічных традыцый, маральна-этычных норм і прынцыпаў ад старэйшых пакаленняў да малодшых. Яны дапамагалі кожнай канкрэтнай сям’і з годнасцю адзначыць такія важныя падзеі, як нараджэнне дзіцяці і ўступленне маладых у шлюб, або зняць эмацыянальна псіхічнае напружанне ў выпадку смерці каго-небудзь з блізкіх, з павагай да жывых і нябожчыка пахаваць і памянуць яго» [2, с. 7].

Родильная обрядность и поэзия у белорусов лучше сохранилась, чем у других восточнославянских народов. Обычаи, обряды и поэзия, связанные с появлением на свет младенца, были призваны обеспечить счастливую судьбу новорожденному, облегчить страдания роженицы.

Т.И. Кухаренок пишет: «Вялікае месца ў сямейным быцце беларускага народа... займала сістэма вераванняў і нормаў паводзін, звязаная с цяжарнасцю жанчыны і нараджэннем дзіцяці. У ёй захоўваліся перажыткі папярэдніх стадыяў развіцця чалавечага грамадства і яго рэлігійнага мыслення, знаходзілі адлюстраванне шматгадовыя народныя медыцынскія веды, светапогляд, маральныя каштоўнасці» [3, с. 12].

Очевидно, что сила традиции, неуверенность в положительном исходе родов, высокая детская смертность предопределили устойчивость и широкое распространение обычаев и предписаний родового цикла.

Таким образом, существовали различные приметы для определения беременности женщины. В первую очередь к таким приметам необходимо отнести наблюдения за самочувствием женщины: когда ей было плохо, когда внезапно возникало желание что-то съесть, тогда это значило, что она забеременела. Везде на территории Беларуси было распространено поверье, что к беременным начинали ласкаться коты и собаки. Также предсказывали беременность, анализируя сны женщины: когда она увидела во сне голеньких детей, живую рыбу, то, наверное, она беременна. Т. И. Кухаренок замечает: «Калі ў каго-небудзь нарываў палец, то гэта азначала, што зацяжарыла незаможная дзяўчына і ўтойвае гэта» [3, с. 16].

Однако много предрассудков и запретов, признаков и ограничений было связано прежде всего с поведением беременной женщины. Ей нельзя было, например, заниматься никакими делами (кроме приготовления пищи и уборки дома) во время Рождества и в другие праздничные дни (в воскресенье, на Св. Духа, Троицу, Пасху, неделю после Пасхи). Считалось, что если в такое запретное время женщина, например, приставляет пуговицы к рубашке и кто-то это увидит, тогда ребенок обязательно родится с бородавкой на лице или на ухе. Если же женщина на праздник гладит рубашку (и это кто-то увидит), то у ребенка будет весь бок красный. Информаторы сообщают, что такие случаи имели место на самом деле. Некоторые из таких суеверий были основаны на жизненном опыте и имели практический характер.

И. В. Казакова отмечает: «Напрыклад, цяжарная жанчына павінна была пазбягаць спалохаў і не трымаць доўга рукі ўзнятымі ўверх, інакш яна магла страціць дзіця. Будучай маці нельга было глядзець на нябожчыка, нават калі паміраў хто-небудзь з самых блізкіх людзей, бо навароджаны будзе хворы і бледны. Калі ў вёсцы здараўся пажар, цяжарныя жанчыны хаваліся ў сваіх хатах, каб не спалохацца і раптам не схапіцца рукамі за твар або за іншую частку цела, таму што тады дзіця можа нарадзіцца з чырвонай плямай на гэтым самым месцы» [2, с. 8].

Беременная женщина не должна была долго смотреться в зеркало или в воду, иначе ребенок мог родиться с косоглазием. Нельзя было воровать, пользоваться чужими вещами, поскольку в этом случае ребенок будет вором. Нельзя было одеваться в чужой строй, так как ребенок мог умереть нерожденным. Нельзя было наступать на хомут, дугу, оглобли (и на другие подобные вещи), чтобы избежать рождения ребенка горбатым. Нельзя было переступать через коромысло, ибо во время родов судороги будут сводить ноги роженицы. Запрещалось плевать на пол, так как предполагалось, что у ребенка будет изо рта идти неприятный запах. Нельзя было носить одежду с узелками, с завязанными поясами, с тесемками, чтобы не навлечь тяжкие роды. Если на крыше дома, где жила беременная женщина, кричал филин или долго или сильно куковала кукушка (это означало скорую смерть кого-то из этой семьи), тогда беременную отправляли пожить к кому-либо из близких родственников в другой дом. В последние месяцы перед родами было лучше не пользоваться прялкой, так как она считалась принадлежностью колдунов и ведьм.

В этой связи И. В. Казакова отмечает: «Лічылі, што калі цяжарная жанчына варыла кашу (а ў гэты час у хаце знаходзіўся нейкі чужы чалавек) і каша “выбягала” з гаршка, або калі з печкі выпадала цэгла, тады ў гэтай жанчыны мог здарыцца выкідыш. Цяжарнай жанчыне наогул было лепш нічога не рабіць пры людзях. Але калі ўсё ж такі трэба было пра-

цаваць не адной, тады цяжарная жанчына павінна была пакласці ў абу-так хмель, каб адвесці ад сябе сурокі» [2, с. 9].

Еще одна народная традиция запрещала женщине становиться на тот след на полу, который был оставлен мокрым ведром или вообще деревянной посудой, чтобы у ребенка лицо и все тело не покрылись лишаем.

Многолетние народные наблюдения и практический опыт нашли отражение в рекомендациях, которые относились к питанию женщины в период беременности. Беременные старались не есть слишком много, так как верили, что плод вырастет очень большим, дитя, которое родится, никогда не будет сытым.

Заботы и беспокойство будущей матери, а также ближайших ее родственников возрастали и достигали наибольшего напряжения в момент наступления родов. Надо было обезопасить роженицу от чужих глаз, чтобы избежать сглаза и злого волшебства. Люди верили, что чем меньше людей будет знать о наступлении родов, тем меньше страданий будет терпеть роженица. Считали, что лучше всего, чтобы о родах не знал никто, кроме мужа и приглашенной им бабки-повитухи. Предпринимались меры, чтобы о наступлении родов не узнали девушки. Если же случилось, что девушка входила в дом во время родов, она должна была расплести косу, набрать в рот воды и дать роженице выпить из своего рта – иначе роды пройдут трудно и все обвинят в этом девушку.

В далекой древности существовал и такой обычай. Муж ложился на скамейку рядом с роженицей (его бабка даже привязывала веревкой), самой роженице запрещалось кричать и стонать, за нее кричал и стонал муж. Считалось, что таким образом он забирает на себя все горькие страдания. Позже этот обычай исчез. Муж просто начал отходить далеко от дома, чтобы ничего не знать о страданиях жены и не слышать ее криков и стонов. Этим он якобы также помогал ей в страданиях.

Но главную роль при роженице всегда выполняла именно повивальная бабка – умная, сообразительная, с большим жизненным опытом женщина, которая знала и различные практические приемы народной медицины и знахарскую магию: «Павітуха ніколі не прымала дзіця голымі рукамі, а накрывала іх якім-небудзь старым адзеннем, каб у будучым дзіця жыло ў багацці» [1, с. 311].

В послеродовой период основное место снова занимали обрядовые действия, которые должны были защитить рожденное дитя и мать от сглаза, нечистой силы и болезней. Солому, на которой лежала роженица, и белье, на котором оставалась кровь, обязательно сжигали. Далее омовение водой как основной ритуал защитного назначения. Во время купания отец ребенка бросал в корыто серебряные деньги, чтобы ребенок был богатым. Воду брали из домашнего колодца (не из реки и не дожде-

вую); вода должна была быть прозрачной, чтобы ребенок был здоровым, и чтобы у него были ясные глаза.

С новорожденным были также связаны и многие другие приметы. Например, верили, что если перед родами жены у мужа чешутся уши, тогда у него родится сын. Считалось, что тот, кто родился в новый месяц, будет очень долго жить. Верили, что если новорожденному мальчику положить в рот печеное яблоко, тогда он не будет «падкі да гарэлкі». Считали, что маленькому ребенку нельзя подносить зеркало, иначе он будет пуглив и не будет долго говорить. Если у новорожденного отваливался пупок, мать должна была хранить его до тех пор, пока ребенок не начнет понимать и ходить. Мать должна дать ему поиграть этим пупочком, чтобы он его развязал, и тогда ребенок будет очень умным. После этого мать забрасывала пупок на гумно или на двор зажиточного хозяина, чтобы ребенок был богатым.

С верой в данную от рождения судьбу человека непосредственно связана вера в счастливые и несчастливые дни, которые якобы определяли долю ребенка. Например, в зависимости от дня недели, в который родился малыш, определяли его способности, судьбу в целом: понедельник – «няўмекі»; вторник – «працавітыя»; среда – «”ні тое ні сёе” – неакрэслены лёс»; четверг – «кемлівы, спрытны, удалы, але нядоўгае жыццё, а дзяўчына здольная да ўсякай працы»; пятница – «лайдак, злодзей, п’яніца»; суббота – «шчаслівыя»; воскресенье – «самыя шчаслівыя».

Очень важным был выбор кума и кумы. Крестные следили за ростом ребенка, делали ему на праздники подарки, помогали в жизни. В свою очередь их крестник всю жизнь также относился к крестным родителям: уважал их, помогал им. И. В. Казакова замечает: «Калі было магчыма, бацькі з жыццёва-практычных меркаванняў запрашалі ў кумы яшчэ не старых і больш багацейшых людзей, каб надоўга забяспечыць свайму дзіцяці падтрымку ў жыцці» [2, с. 13].

Таким образом, в обычаях, верованиях и запретах, связанных с родильным обрядом белорусов отразились семейные отношения, правовые нормы, моральные ценности и идеалы, а также мировоззрение и мировосприятие народа.

Литература

1. *Бандарчык В. К.* Беларусы. Сям’я / В.К. Бандарчык, Г.М. Курыловіч, Т.І. Кухаронак і інш. Мінск, 2001. С. 311.
2. *Казакова І В.* Этнічныя традыцыі ў духоўнай культуры беларусаў. Мінск, 1995.
3. *Кухаронак Т. І.* Радзінныя звычаі і абрады беларусаў. Мінск, 1993.
4. *Лицьвінка В. Д.* Святы і абрады беларусаў. Мінск, 1997.

БРЕНДЫ ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ: ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ НЕЙМИНГА

Д. О. Косяк

В настоящее время большой популярностью пользуется модное слово нейминг, которое обозначает профессиональную деятельность, связанную с подбором (поиском, придумыванием) подходящего наименования для торговых марок или компаний. Тем, кто торгует определённым видом товара, всегда хочется, чтобы его покупали, – и магия слова играет здесь не последнюю роль.

Рассматривая номинацию товаров, нельзя не упомянуть слово бренд. В буквальном переводе с английского языка бренд (brand) означает: а) клеймо, фабричную марку; б) выжигать, прижигать каленым железом, а в переносном смысле – оставлять в памяти отпечаток [1, с. 17]. Бренд необходим современному обществу по нескольким причинам. Он нужен потребителю для лучшего выбора. Хороший бренд внушает доверие и излучает надежность, в нем концентрируется весь опыт и положительные эмоции, которые связаны у человека с этим конкретным названием. Бренд играет важную роль в торговле, но есть у него и лингвистическое измерение [2].

Чтобы разобраться в отношении покупателей одежды к названиям брендов, был проведен социальный опрос среди студентов БГУ. Общее количество участников эксперимента составило 100 человек. Также опрос проводился онлайн среди английских гайдов и скаутов. В Интернет-опросе приняло участие 100 английских девушек и юношей в возрасте от 18 до 26 лет. Респондентам были предложены 3 задания, связанные с брендами одежды.

Целью первого задания было выявление наиболее популярных брендов одежды среди молодежи. В ходе эксперимента испытуемым предлагалось написать 5 первых брендов одежды, которые приходят на ум. Десятку лидеров составили: *D&G* (46 %), *Nike* (39 %), *Adidas* (36 %), *Mango* (25 %), *Zara* (23 %), *H&M* (22 %), *Puma* (19 %), *Dior* (17 %), *Prada* (16 %), *Levi's* (13 %). Тройку лидеров возглавляют 3 бренда одежды: *D&G*, *Nike* и *Adidas*. Названия данных брендов одежды на слуху у всех. Из 74 упомянутых брендов одежды только 8 названий брендов являются российскими и белорусскими (*SELA*, *TBOË*, *OGGI*, *SAVAGE*, *Svitanak*, *Milavitsa*, *SERGE*, *Купалинка*), что составляет 10,81 % от всех названий брендов. Практически 90 % брендов, упомянутых участниками опроса, являются иностранными.

Ответы английской молодежи немного отличаются. На первом месте находятся такие бренды одежды как *Burton* (39 %) и *Levi's* (33 %). Инте-

ресным фактом является то, что бренд *Burton* специализируется на спортивной одежде. Отметим, что бренды *Adidas* и *Nike* (которые заняли лидирующие позиции в ответах белорусских студентов) также занимаются выпуском спортивной одежды. Можно прийти к выводу, что бренды, специализирующиеся на спортивной одежде, наиболее популярны как в Беларуси, так и в Великобритании. Далее в списке находятся *Adidas* (29 %), *Billabong* (26 %), *Hollister* (21 %), *Nike* (18 %), *D&C* (16 %), *Tom Tailor* (13 %), *Quicksilver* (11 %), *Hugo Boss* (10 %).

Популярные ответы (взяты первые 5 названий среди ответов белорусских и британских респондентов): *Adidas*, *D&C*, *Burton*, *Levi's* – бренды ономастического происхождения. Бренды *Nike*, *Mango*, *Zara* – наименования-апеллятивы. Среди ответов не встречаются бренды смешанного происхождения.

Второе задание предполагало выявление основных содержательных приемов разработки названия. Участникам предлагались 10 вымышленных брендов одежды на английском языке. В создании бренда одежды принимали участие: использование сленга (*Fly*), заимствования (*Chi*), символизм (3552), сюжет (*Everything is possible*), географическое название (*Argentina*), имена и фамилии (*Christina Argent*), обиходные слова (*Beauty*, *Spring*), название адреса (*Cloths on Str.Fantastic*). Подборка названий основана на статье Вадима Горжанкина, генерального директора PR & Brand агентства «Красное Слово» «Топ-10 самых простых способов придумать название для компании или продукта» [3]. Необходимо было проранжировать их от 1 до 10 в соответствии с наибольшей вероятностью использования данного названия для нового бренда одежды.

В результате был получен список названий брендов одежды от наиболее до наименее подходящего: *Christina Agent*, *Chi*, *Beauty*, *Spring*, *Fly*, *Argentina*, *Cloths on Str.Fantastic*, *Everything is possible*, *Aquafresh*, 3552.

Было выявлено, что респонденты отдают предпочтение таким брендам, как *Christina Argent* (использование имени и фамилии), *Chi* (заимствование из китайского языка), *Beauty* (общеупотребительное слово). На последнем месте *Aquafresh* (63 % респондентов поместили именно это название на последние позиции), 3552 (65 %). Название *Aquafresh* не ассоциируется с одеждой, скорее вызывает связь с зубной пастой, жевательной резинкой. Символ 3552 в данном случае используется изолированно, поэтому не вызывает нужных ассоциаций. Чтобы переместить 3552 на более высокие позиции необходимо добавить к нему слово, часть слова, буквы.

Список английских студентов значительно отличается: *Fly*, *Argentina*, *Beauty*, *Cloths on Str.Fantastic*, *Everything is possible*, 3552, *Christina Agent*, *Aquafresh*, *Chi*, *Spring*.

Как мы видим, наиболее подходящие названия для брендов одежды, по мнению белорусских студентов, *Christina Agent* и *Chi* находятся на последних позициях в ответах студентов из Великобритании. Этот факт можно попытаться объяснить разным восприятием понятий у разных народов. Можно также отметить тот факт, что названия данных 10 брендов – на английском языке. Для респондентов Великобритании это родные слова, поэтому лидирующие позиции и занимают общеупотребительные наименования (*Fly, Spring, Argentina, Beauty*). Китайское слово *Chi* не импонирует данной группе участников эксперимента.

Респонденты выбирают в большинстве своем простые названия. Если проанализировать 3 первых популярных ответа, заметим, что это простые названия, за исключением *Christina Agent*. Простые названия легче для восприятия, их быстрее запомнить, а, следовательно, они надолго остаются в памяти. Интересным является тот факт, что парни чаще девушек (1,5:1) выбирали составные названия.

Целью третьего задания стало выявление влияния фонетических, семантических, лексических критериев на выбор названия для идеального бренда одежды. Из двух предложенных вариантов участникам необходимо было выбрать один, наиболее подходящий для бренда одежды (*Малина* или *Крыжовник*, *Малина* или *Клубника*, *Малина* или *Джаботикаба*). При составлении данного теста использовались такие характеристики имени бренда как фонетика, эмоциональная окраска, запоминаемость, транслитерирование.

В результате большинство испытуемых (91 %) отдало предпочтение бренду *Малина*, а не *Крыжовник* (9 %). Звучание слова лучше, когда есть чередование гласных и согласных по принципу: бабаба или абабаб. В слове *Малина* именно такое попеременное чередование согласных и гласных звуков. Слово содержит два звука [а] (светлый звук среднего подъема). Все согласные звуки ([м], [л], [н]) в слове «малина» сонорные, то есть в их образовании практически не участвует шум. Всё это делает звучание слова светлым и приятным.

Выбор между названиями *Малина* и *Клубника* показался участникам более сложным. В основу градации здесь положена транслитерация. Дело в том, что слово *Малина* транслитерируется идеально: *Малина* – *Malina*. *Клубника* же имеет не однозначный транслит: *Clubnica, Klubnica* или *Klubnika*? Вариант *Малина* – 69 %, *Клубника* – 31 %.

Запоминаемость – одно из самых важных свойств имени бренда. Название для бренда одежды *Малина* запомнится практически каждому. Экзотический же фрукт *джаботикаба* труден для выговаривания. Однако 30 % участников выбрало именно этот вариант. Возможно, именно необычность слова и вызвала интерес испытуемых.

В результате данного эксперимента было выявлено влияние психолингвистики на выбор потребителей. Наибольшей популярностью пользуются простые названия в виде общеупотребительных слов, составные названия категории «имя + фамилия». Также следует отметить, что респонденты отдадут предпочтение запоминающимся благозвучным названиям.

Литература

1. Формирование бренда средствами PR и рекламы: Учебное пособие / Под ред. В.Л. Музыканта. М.: Экономистъ, 2004.
2. *Цымбал А.* Теория нейминга: как назвать бренд // Wvertical – веб-студия [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://wert.com.ua/articles.html>.
3. *Горжанкин В.* Топ-10 самых простых способов придумать название для торговой марки // PR & Brand агентство «Красное Слово» [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.krasnoe-slovo.ru/>.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПОКАЗАТЕЛЯХ УЧЕБНОЙ АКТИВНОСТИ И СВОЙСТВ ЛИЧНОСТИ У ВЫПУСКНИКОВ, ОПРЕДЕЛИВШИХСЯ И НЕ ОПРЕДЕЛИВШИХСЯ С ВЫБОРОМ ПРОФЕССИИ

Е. Кураксина

В настоящее время образовательные возможности расширяются, а выбор путей профессионального становления и самореализации в современном обществе становится все сложнее. Из этого следует необходимость совершенствования профориентационной работы в школе, частью которой является проведение диагностики психологической готовности к обучению в вузе. Однако анализ литературы показал, что при большом количестве работ, посвященных готовности к обучению в школе и профориентации школьников, проблема готовности к обучению в вузе в современной психологии практически не ставилась. Нет целостной модели психологической готовности к вузовскому обучению, не создано методов ее диагностики, из-за чего в психологических службах вузов отсутствует информация о специфике и опорных функциях готовности юношей и девушек [2].

Следует помнить, как отмечает Н.В. Нижегородцева, что вузовское обучение существенно отличается от школьного. Его эффективность во многом обусловлена готовностью студента к самостоятельному поиску и усвоению информации, высоким уровнем учебной мотивации, способностью организовать свое личное время [4].

Психологическая готовность к обучению в вузе, впервые представлена как самостоятельная научная проблема в диссертационном исследо-

вании С.Н. Кусакиной. Автор рассматривает данный феномен в контексте профессиогенеза личности.

Готовность к обучению в вузе С.Н. Кусакина понимает как культурно обусловленную многокомпонентную функциональную систему, выражающую настрой на учебно-профессиональную деятельность и предназначенную для успешной адаптации и обучения в вузе и включающую в себя мотивационно-профессиональную, когнитивно-темповую и волевую составляющие. Готовность к обучению в вузе – это феномен, включающий в себя не только внешние, но и внутренние проявления. Основное значение готовности к вузовскому обучению состоит в возможности принятия субъектом учения учебной задачи, своей новой роли. Готовность позволяет ему мобилизовывать свои ресурсы, делая успешным в процессе обучения.

Объектом исследования стала психологическая готовность к обучению в вузе. В нашем исследовании рассматривался лишь частный аспект психологической готовности к обучению в вузе – совершённый или не совершённый выбор профессии, пути профессионального развития.

Целью исследования стало выявление взаимосвязи психологической готовности обучения в вузе и свойств личности, а также проявлений сверхнормативной учебной активности.

Предполагается, что проявление самостоятельной учебной активности, а также индивидуальные особенности стиля саморегуляции будут отличаться у старшеклассников с разной степенью готовности к поступлению в вуз.

Эмпирический материал для доказательства данной гипотезы был получен на выборке обучающихся параллели десятых и одиннадцатых классов средней общеобразовательной школы №132 г. Минска в количестве 72 испытуемого (35 юношей и 37 девушек).

Испытуемые анкетировались на предмет готовности к выбору направления дальнейшего обучения, к выбору вуза, факультета, специальности. В результате было выделено две группы испытуемых: выразившие свою готовность к поступлению и обучению и не определившиеся, не готовые к совершению профессионального выбора.

В качестве методики диагностики учебной активности была выбрана следующая – «Вопросник учебной активности школьника» (ВУАШ) А.А. Волочкова [1].

Для выявления особенностей саморегуляции поведения использован опросник «Стиль саморегуляции поведения» В.И. Моросановой [3].

Для измерения локуса контроля была использована методика «Уровень субъективного контроля» (УСК) – автор Е.Ф. Бажин [5].

Диагностика проводилась в групповой форме. Испытуемым выдавались бланки ответов, объяснялась инструкция и поочередно зачитывались вопросы методик.

Участие в исследовании было добровольным, условия проведения диагностики соответствовали профессиональным требованиям.

Результаты были подвергнуты статистической обработке в программной среде STATISTICA 8.0.

Различия в исследуемых показателях в зависимости от степени субъективной готовности к обучению в вузе определялись при помощи t-критерия Стьюдента.

Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Статистические различия в показателях учебной активности и свойств личности у учащихся с разной степенью готовности к обучению в вузе

Показатель	Готовы	Не готовы	p
Обучаемость	45,24±11,58	38,33±12,06	0,017
Творческая динамика учебной деятельности	44,88±11,34	38,00±9,43	0,008
Контроль реализации учебных действий	44,76±11,47	38,07±10,75	0,015
Исполнительская динамика учебной деятельности	48,93±14,25	40,67±11,43	0,011
Регуляция учебной активности	52,14±9,50	46,50±10,60	0,021
Общий показатель учебной активности	50,00±14,00	42,33±8,88	0,010
Способность к программированию собственных действий	5,43±1,80	4,53±1,50	0,029
Гибкость регуляции	5,64±1,50	4,80±1,58	0,024
Общий уровень саморегуляции	27,55±3,55	25,93±2,13	0,030

Из таблицы следует, что обучающиеся, совершившие профессиональный выбор, определившиеся с направлением дальнейшей учёбы и готовые к требованиям высших учебных заведений, обладают рядом преимуществ. У таких старшеклассников уровень обучаемости находится на более высоком уровне (45,24±11,58 против 38,33±12,06 у не определившихся). Возможно, благодаря высокой обучаемости легче совершить профессиональный выбор. Также выяснилось, что готовность обучения в вузе связана как с исполнительской (48,93±14,25 против 40,67±11,43), так и с творческой (44,88±11,34 против 38,00±9,43) динамикой учебной деятельности. У тех, кто определился с выбором профессии выше способность к программированию собственных действий (5,43±1,80 против 4,53±1,50). Развитая способность к программирова-

нию собственных действий говорит о сформировавшейся у человека потребности продумывать способы своих действий и поведения для достижения намеченных целей, о детализированности и развернутости разрабатываемых программ. Программы разрабатываются самостоятельно, они гибко изменяются в новых обстоятельствах и устойчивы в ситуации помех. При несоответствии полученных результатов целям производится коррекция программы действий до получения приемлемого для человека результата.

Совершению профессионального выбора помогает также гибкость процессов саморегуляции ($5,64 \pm 1,50$ против $4,80 \pm 1,58$). При возникновении непредвиденных обстоятельств такие испытуемые легко перестраивают планы и программы исполнительских действий и поведения, способны быстро оценить изменение значимых условий и перестроить программу действий. При возникновении расхождения полученных результатов с принятой целью своевременно оценивают сам факт расхождения и вносят соответствующую коррекцию. Гибкость регуляторики позволяет адекватно реагировать на быстрое изменение событий и успешно решать поставленную задачу в ситуации риска.

Таким образом, учащиеся, совершившие профессиональный выбор отличаются от своих сверстников этот выбор не совершивших самостоятельностью, гибкостью и адекватностью реакций на изменение условий, выдвижение и достижение цели у них в значительной степени осознанно. При высокой мотивации достижения они способны формировать такой стиль саморегуляции, который позволяет компенсировать влияние личностных, характерологических особенностей, препятствующих достижению цели. Чем выше общий уровень осознанной регуляции, тем легче человек овладевает новыми видами активности, увереннее чувствует себя в незнакомых ситуациях, тем стабильнее его успехи в привычных видах деятельности. Также следует отметить, что их учебная активность отличается самостоятельностью, инициативностью, высокой творческой и исполнительской динамикой.

Это значит, что выявление личностных резервов учащихся будет способствовать повышению эффективности обучения школьников и оптимизации образовательного процесса.

Литература

1. *Волочков А. А.* Вопросник учебной активности. Пермь: Перм. гос. пед. ун-т, 2002.
2. *Кусакина С. Н.* Взаимосвязь особенностей саморегуляции поведения и показателей готовности к обучению в вузе // Психология – наука будущего: Материалы II международной конференции молодых ученых. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. С. 225–228.

3. Моросанова В. И. Саморегуляция и индивидуальность человека М.: Наука, 2010.
4. Нижегородцева Н. В. Комплексная диагностика готовности студентов к обучению в вузе. Ярослав: ЯГПУ, 2009.
5. Психодиагностика личности / М.А. Пономарева, Т.И. Юхновец / под общ. ред. М.А. Пономаревой. Мн.: Тесей, 2008.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ИНФЛЯЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А. Е. Курпаченко

В социально ориентированной экономике и в области социально-административного менеджмента особую значимость приобретает оценка социальных последствий мер государственной политики и различных кризисных процессов для того, чтобы принять своевременные меры, противодействующие резкому снижению уровня жизни. В рамках данной проблемы представляет интерес оценка инфляционных последствий. В представленном материале сделана попытка обобщения социальных последствий инфляции потребительских цен, вызванной наращиванием денежных доходов и девальвацией 2011 года.

В теории инфляции основными группами, несущими потери от инфляции, называют лиц с фиксированными доходами и кредиторов при фиксированной ставке процента. С точки зрения рассматриваемой проблемы поэтому можно выделить три группы – это домохозяйства с фиксированными зарплатами, получатели социальных трансфертов (пенсионеры и социально уязвимые группы, получающие пособия) и сберегатели. Как известно, за 2011 год (при статистической оценке: декабрь к декабрю) индекс ИПЦ составил 207,8 % [1, с. 22], при этом цены на товары растущего спроса, в том числе на импортируемые, опережали по темпам средние значения инфляции и падения валютного курса, поэтому можно делать вывод, что для многих домохозяйств потери благосостояния составили больше, чем в 2 раза. Последствия инфляции усугубились и в связи с переходом от монетарной политики стимулирования спроса к более жесткой монетарной политике. Со второго квартала 2011 года началось замедление роста реальной заработной платы, а в третьем квартале началось ее снижение, т.е. наблюдались такие негативные социальные и экономические эффекты как снижение реальной покупательной способности, снижение внутреннего спроса и адаптивное изменение его структуры в пользу менее предпочтительных отечественных товаров. Особенно уязвимыми оказались группы населения, зависимые от импортных лекарственных средств. Быстро наладить отечественное произ-

водство аналогов дорогостоящих медпрепаратов в таком качестве, объеме и ассортименте, чтобы заменить импорт, в Беларуси невозможно. Но, несмотря на попытки государства перераспределять валюту для фармацевтического рынка, наблюдается тенденция к снижению доли высокотехнологичных препаратов и препаратов, находящихся под патентной защитой, импортируемых в страну. В 2011 году в РБ снизилась доля препаратов импортного производства, как в натуральном, так и в стоимостном выражении [2, с. 12].

Подавляющую часть доходов населения Республики Беларусь (согласно данным СНС 85 % [3, с. 77] от всех доходов населения) составляют оплата труда и социальные трансферты. Реальные зарплаты достигли своего минимума в октябре-ноябре 2011 года, упав на 14 % по сравнению с январем 2011 года. Изменение реальных зарплат в бюджетном и внебюджетном секторах было неравномерным: бюджетный сектор, который включает значительную часть белорусских домохозяйств, пострадал гораздо сильнее. Второй уязвимой группой стали пенсионеры. А поскольку значительная часть пенсионеров продолжает работать, то данная категория населения несла потери с трех сторон – как пенсионеры, как работники и как сберегатели. Последствия можно представить с помощью измерения в валютных единицах. К концу 2011 года средний размер пенсии составил всего 111,6\$, упав с 192,2\$ в феврале 2011 года (максимальное докризисное значение). Такое снижение доходов поместило пенсионеров в группу социального риска и заставило органы власти принимать дополнительные меры по повышению пенсий.

Государство предприняло ряд мер по компенсации потерь разных групп населения, однако проведены они были только через некоторое время и полностью не смогли восстановить потери благосостояния. Например, рост пенсий составил 60 % (декабрь к декабрю) в номинальном выражении, что в реальном означало падение на 21,4 % [3, с. 28]. Потери сберегателей рублевых вкладов также оказались значительными, в долларовом эквиваленте они составили более 1 млрд., а частичное восстановление произошло только в течение года по мере роста ставки процента.

Третья группа населения – получатели пособий, большинство из которых привязано к бюджету прожиточного минимума (далее БПМ) и полностью зависит от его динамики. Величина же бюджета прожиточного минимума в 2011 году регулярно увеличивалась с темпом, опережающим инфляцию, что связано с различием в корзинах ИПЦ и БПМ. В последнюю входят товары первой необходимости и базовые услуги, цены на которые росли быстрее. Таким образом, снизившаяся покупатель-

ная способность доходов социально уязвимых групп населения была частично скомпенсирована пособиями, привязанными к размеру БПМ.

В разрезе групп домохозяйств по доходам обращает на себя внимание, что в большей степени пострадали относительно обеспеченные группы населения. Складывалось впечатление, что инфляция больше коснулась бедных семей, поскольку рост цен на продовольствие – 225 % был выше общего индекса потребительских цен в 208 % [1, с. 23]. Однако реальные доходы относительно бедных слоев населения оказались в большей мере защищены экономической политикой по увеличению минимальной заработной платы и трансфертов. Оказалось, что реальные доходы тех, кто входил в первый дециль в первом квартале 2011 года существенно увеличились к четвертому кварталу. А вот реальные доходы верхних децилей наоборот сократились больше среднего. Больше всех пострадала самая верхняя, десятая дециль – реальные доходы тех, кто входил в топ 10 % по доходам в первом квартале 2011 года сократились на 30 % [4].

Таким образом, сокращение реальных доходов сказалось на населении страны в целом, однако наиболее пострадавшими группами стали пенсионеры, больные, зависимые от импорта, неполные семьи и домохозяйства, владельцы рублевых депозитов, семьи с относительно высоким доходом. Обобщение социальных последствий и вызвавших их причин приводит к выводу о существующем противоречии в проводимой политике. С одной стороны, политика стимулирования спроса и роста доходов соответствует целям социального государства. С другой стороны, такая политика создает проблему инфляции, усиливает вероятность девальваций и, следовательно, требует более активного участия государства в поддержке благосостояния населения, в борьбе с социальными последствиями от инфляции. Поэтому более актуальной становится проблема борьбы с самой инфляцией, а не с ее последствиями.

Литература

1. Цены в Республике Беларусь, 2012. Статистический сборник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Мн., 2012.
2. Фармацевтический рынок Республики Беларусь 2011. Интернет-адрес: intellix.by/pdf/Obzor_2011.pdf.
3. Социальное положение и уровень жизни населения Республики Беларусь, 2012. Статистический сборник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Мн., 2012.
4. *Борнукова Е.* Влияние девальвации 2011 года на реальные доходы в Беларуси // BEROС Policy Paper Series, PP no.09.

БИБЛИОТЕКА DEVELOPER EXPRESS И ЕЕ ВОЗМОЖНОСТИ

А. С. Кухарский

В настоящее время очень актуальными являются задачи по уменьшению и оптимизации программного кода. Однако при этом должны расширяться возможности сред разработки программ по сравнению с предшествующими, а так же дизайн реализуемых программ.

Библиотека Developer Express, разработанная компанией DevExpress, <http://www.devexpress.com/> помогает решить эти задачи и представляет собой набор новых элементов управления, форм и улучшенных стандартных элементов управления.

Данная библиотека получила больше распространение при реализации приложений, работающих как под операционной системой Windows, используя стандартный оконный элемент управления WindowsForm либо средства технологии ASP.NET, так и для приложений, работающих под операционными системами Android и IOS.

Функции Developer Express позволяют избавиться от стандартных написаний строчек программного кода, так как ее элементы управления уже содержат их. Более того, эти функции позволяют значительно улучшить дизайн используемых элементов управления.

В качестве примера рассмотрим элемент управления для ввода пользователем текстовых данных, который в стандартном Windows-интерфейсе называется TextBox.

В новом компоненте такого виде тип вводимых в него данных может быть predefined, чему при записи этих данных в переменную либо поле класса не придется осуществлять преобразование типов далее в программном коде или не писать, какое-либо ограничение на ввод в данное поле. Аналогично можно заранее определить, как будет реагировать поле ввода на какие-либо действия над ним. На рисунке 1 можно увидите часть настроек для такого компонента.

Из абсолютно новых элементов управления можно отметить диаграммы ChartControl. Данный элемент управления позволяет строить различные виды диаграмм, но, в отличие от стандартного компонента TChart, процесс создания диаграммы не требует дополнительной предварительной обработки начальных данных, их необходимо просто передать компоненту, например: `series1.Points.Add (new SeriesPoint ("A", 4))`. Элемент ChartControl имеет большое количество настроек, начиная от привычных видов диаграмм в MS Excel вплоть до специализированных, позволяющих конструировать трехмерные диаграммы. На рисунке 2 приведен небольшой вид диаграмм, которые предоставляет данная биб-

лиотека, так же можно заметить, что данный элемент управления заранее имеет большой ряд настроек, которые не придется задавать при помощи программного кода.

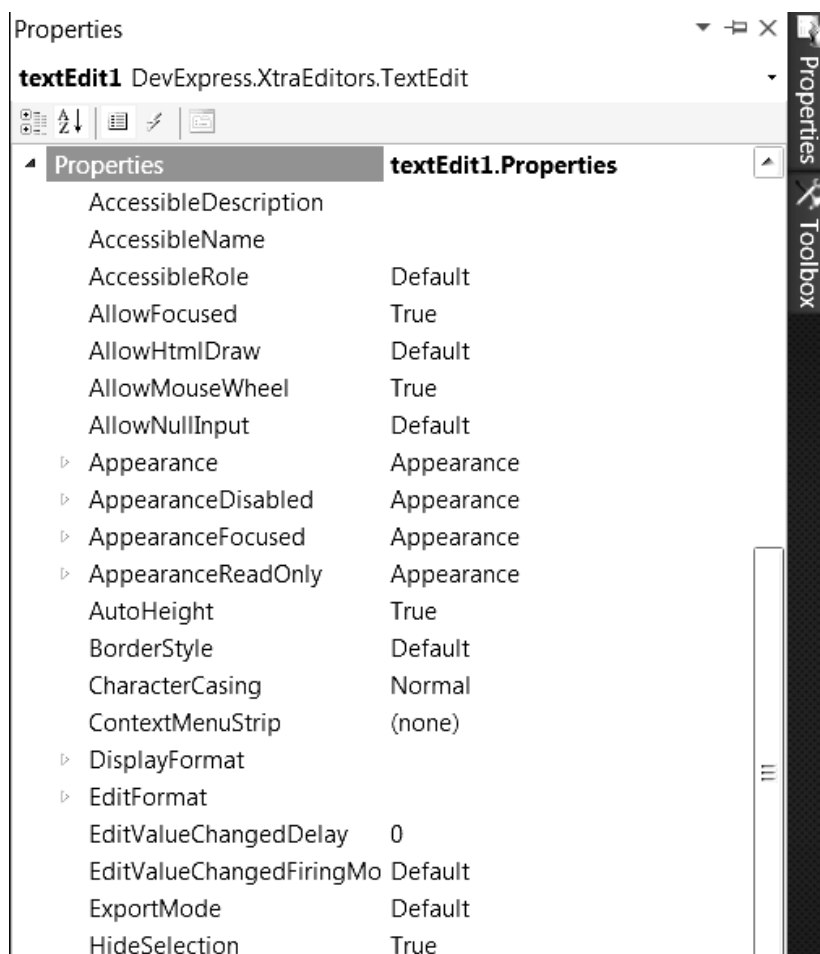


Рис. 1. Настройки TextBox

Дополнительно хочется отметить, что данная библиотека позволяет применять различные виды изображений для оформления приложения не в стандартном виде, а уже каком-то дизайнерском решении. При этом могут быть использованы графические файлы в форматах JPEG, GIF, BMP, PNG.

В заключение подчеркнем, что функции библиотеки Developer Express значительно упрощают работу программиста, сокращают размер кода, предоставляют большой ряд новых возможностей, как в оформлении, так и в функциональных возможностях реализуемого приложения. Однако так как данная библиотека разработана и появилась на рынке сравнительно недавно, подробную информацию о ней можно получить только в случае приобретения данного продукта.

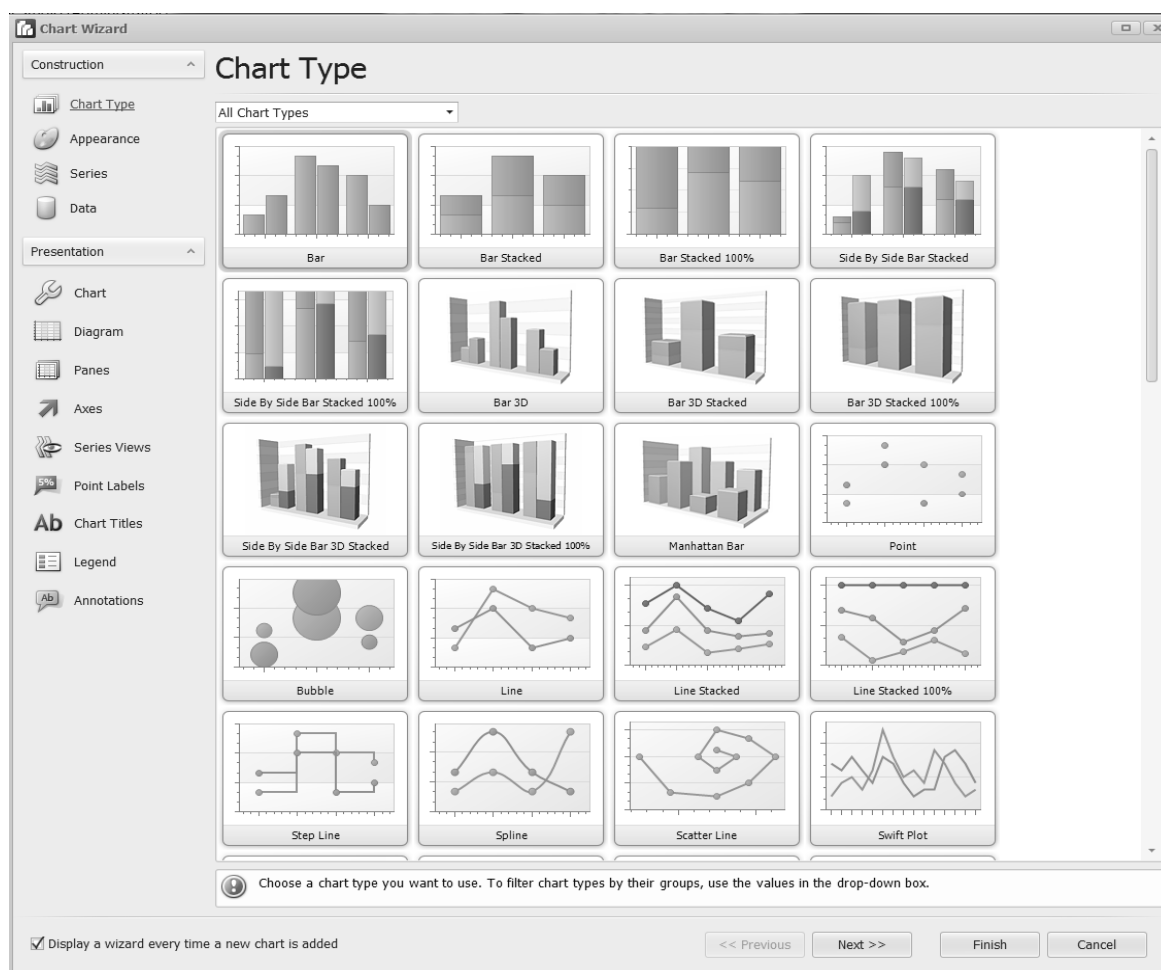


Рис. 2. Виды диаграмм

Литература

1. Интернет-адрес: <http://documentation.devexpress.com>.
2. *Andres H.* Умные формы eXpressApp. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://habrahabr.ru/company/devexpress/blog/140323/>.

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА ПЛАНЕТАРИЯ В МИНСКЕ

Н. В. Леванцевич

С самого момента своего открытия космос неизменно притягивал людей. Менее чем за сто лет человечество совершило огромный шаг к неизведанному. В наши дни исследователи не только собирают данные из различных концов солнечной системы, но и могут подолгу находиться на орбите. Следующий шаг – освоение других планет. Но, к сожалению, не многим суждено оказаться в космосе, увидеть его своими глазами. Эту проблему призван решать особый класс зрелищных и научно-просветительских учреждений – планетарии.

Текущее состояние минского планетария, отсталый уровень его технического оснащения и низкая посещаемость ясно дают понять, что городу, особенно столичному городу, для того чтобы соответствовать времени, необходим новый планетарий. Причем проектное решение этой проблемы должно включать в себя не только смену оборудования, но и полное переосмысление этого объекта.

Для того чтобы сформировать концепцию нового планетария, необходимо произвести анализ уже существующих комплексов.

В большинстве случаев структуру и облик планетария можно представить следующим образом: это здание с полукруглым сферическим куполом, одновременно являющимся экраном, внутри оборудованным специальным прибором «Планетарий». При помощи этого прибора производится демонстрация небесной сферы со звездами, планетами и их спутниками, кометами, метеорами; также здесь показываются солнечные и лунные затмения, панорамы Луны, Марса, Венеры. Подобным образом работает большинство планетариев мира. Несмотря на то, что в последнее время происходит активное применение 3D проекционных систем в дополнение к оптико-механическому оборудованию, такой тип планетариев довольно распространен и характеризуется низким уровнем интерактивности. Однако в мире существует и ряд нестандартных по своим проектам планетариев, к которым относятся, к примеру, планетарии Нью-Йорка, Пекина, Штутгарта. Они обладают уникальными технологическими возможностями и специализированным программным обеспечением. Тем не менее, при всей их технической оснащенности они по-прежнему остаются сооружениями, традиционными по своей функции и структуре: в них задействован все тот же принцип зала с креслами под купольным пространством, что на данный момент является уже архаичным. Информационная составляющая подобных планетариев адресована в них, как правило, группе людей, а не конкретному человеку. Поэтому их главным недостатком является *отсутствие персонализации*. Групповые экскурсии не дают полного эффекта погружения в среду космоса. Для максимального достижения подобного эффекта необходим сценарий, рассчитанный на индивидуального посетителя, совершающего индивидуальное «космическое путешествие». Для решения подобной, весьма непростой, задачи – создания новой виртуальной среды планетария – необходимо разработать его *новую концепцию*.

В первую очередь следует создать образ такого планетария, который бы казался по своему внешнему и внутреннему облику *внеземным автономным объектом*, а не очередной продукцией нашей цивилизации. Для этого его образ должен мгновенно идентифицироваться как инопланетный. Необходимо также расставить новые акценты в самом сценарии по-

сещения планетария зрителем: вместо того чтобы показывать посетителю картины космоса, следует «запустить» туда его самого. Разумеется, физически это сделать невозможно. Значит, необходимо создать такую виртуальную среду, которая бы максимально достоверно имитировала космическое пространство и создала у посетителя иллюзию пребывания в нем.

Раскрою, каким образом родилась идея нового облика планетария, которую я представил в эскизе.

Помимо космоса существует еще одна, до конца не исследованная человеком среда, вынуждающая его для длительного в ней пребывания облачаться в специальные защитные костюмы – это водная среда. Обе эти среды в чем-то во многом схожи. Человечеству до сих пор неведомы до конца ни космические глубины, ни океанские – и те и другие содержат в себе еще много секретов, что так завораживает человека. Иногда океан из своих пучин выбрасывает на берег раковины диковинных форм – таинственных посланцев из океанских глубин. В то же время каждый из нас, сознательно или бессознательно, ожидает посланца из космоса – космический корабль – объекта, рожденного в глубинах вселенной и занесенного к нам космическими течениями. Соединив два этих образа, появилась идея здания планетария в виде космического корабля-пришельца, похожего на «космическую раковину», на миг опустившегося на воды Комсомольского озера.

А теперь рассмотрим основную структуру нового планетария, его конструктивные и функциональные особенности.

Технически здание возводится при помощи несущего стального каркаса, обшитого зеркальным стеклом. Оно устанавливается на воде на бетонном основании, вокруг которого возводится круговая система мостов, формирующих собой прогулочную зону. Такая система мостов создает возможность осмотреть здание со всех сторон. Один из мостов ведет к входной части планетария и к его кассам, расположенным в отдельной входной группе. В каркас здания также вмонтирована светочувствительная подсветка, которая автоматически включается в темное время суток. Подсветка может менять свой цвет, что вместе с зеркальностью обшивки создает впечатление существующего самого по себе объекта, как хамелеона реагирующего на окружающую среду.

Изнутри планетарий представляет собой четырехуровневую структуру. Его нулевой уровень отведен под сувенирные магазины, кафе, санузлы, места отдыха. Три верхних уровня представляют собой выставочное пространство. Подземные этажи отведены под склады и технические помещения. Зонирование выставочного пространства реализовано при помощи системы тентов, натянутых на металлическое основание, крепящихся к каркасу здания. С их помощью посетители нижних уровней

не могут видеть уровни, находящиеся выше. Присутствие тента скрывается проекционным оборудованием, которое проецирует изображение прямо на тент, из-за чего тот воспринимается естественной частью интерьера.



Рис. 1. Общий вид здания

Сценарий, разработанный для посетителя, представляет собой полную имитацию межзвездного путешествия. Так, по его замыслу три верхних уровня планетария являются тремя этапами такого путешествия. Перемещение между уровнями осуществляется по канатной дороге в подвесных кабинках. Кабинка здесь является персональным космическим кораблем посетителя, в буквальном смысле, отрывающим его от земли. Она состоит из двух отдельных частей. Внешняя ее часть остается неподвижной, в то время как внутренняя, вместе с сидением, вращается вокруг своей оси при помощи джойстика, вмонтированного в подлокотник сидения. Дно кабинки выполнено из прозрачного пластика, создающего дополнительный эффект присутствия в космосе и формируя ощущение бездны под ногами. Человек надежно фиксируется в кабинке защитным механизмом. В кабинку встроен динамик, через который поступает сопроводительная информация. Путешествие начинается с посадки, где посетители рассаживаются по кабинкам и получают 5D очки.

1-ый этап путешествия – полет сквозь звезды. Подобное путешествие осуществляется на первом уровне здания, который представляет собой объемную модель солнечной системы, построенную при помощи голограммного оборудования. Кабинки посетителей при этом проезжают сквозь кометы, метеоритный дождь и т.п.

2-й этап путешествия – движение к далекой планете. Стены этого уровня планетария являют собой огромный экран, на котором демонстрируются 5D фильмы о космосе, истории его освоения, планетах.

3-й этап путешествия – приземление на другую планету. Данный этап является кульминационным. На этом уровне здания установлены платформы с растущими на них растениями и деревьями, а также генераторы холодного дыма. В стены вмонтированы экраны, на которые проецируются ландшафты другой планеты. Этот уровень наиболее интерактивен: для посетителя создается полная имитация его перемещения в тумане, сквозь который он видит лишь выступающие из него ветви растений и части ландшафта. При этом посредством различных 5D спецэффектов создается объемный звук, вибрирование кресел, движение воздушных потоков и т.д.

Данная концепция планетария и созданная на ее основе разработка проекта представляет собой новый подход к пониманию функционирования современного планетария, органично соединившего образовательную и развлекательно-игровую функции. Планируемый высокий уровень технической оснащенности и визуальных эффектов позволяет создавать новые программы и сценарии виртуальных космических путешествий и их разнообразные модификации, что может вызывать у людей постоянный к нему интерес. Кроме того, «космический пришелец» может стать одним из любимых мест отдыха у жителей и гостей Минска, где можно полюбоваться его прекрасными видами и стать частью туристических маршрутов белорусской столицы.

Литература

1. Рекомендации по проектированию планетариев и массовых астрономических обсерваторий / НИЛЭП ОИСИ. М.: Стройиздат, 1988.

ЗАВИСИМОСТЬ САМООТНОШЕНИЯ И ОТНОШЕНИЯ К СЕКСУ ОТ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ БРАКОМ У СУПРУЖЕСКИХ ПАР

В. Н. Макоед

Семья является основой жизни всякого человека, и имеет огромное значение для физического и нравственного здоровья человека. И нет необходимости доказывать насколько важна для любого общества семья, причем именно крепкая семья. Не случайно всякое общество принимает все меры для защиты семьи – основы общественных отношений.

Следует признать, что на семейные отношения в первую очередь влияют взаимопонимания между супругами, на которые оказывают влия-

яние множество факторов. Для большинства мужчин и женщин очень большое значение имеют сексуальные отношения.

Эмоционально-психологическая стабильность брака, зависит от удовлетворения потребности супругов в ласке, нежности, заботе и внимании друг к другу. Другими словами, каждый из супругов должен удовлетворить свою потребность в положительных эмоциональных чувствах. Следовательно, брак стабилен лишь в том случае, когда супружеское общение несет в себе положительный эмоциональный заряд, когда ни один из супругов не испытывает чувства отчуждения и психического одиночества. Для каждого супруга в совместной брачной жизни должен быть достигнут какой-то минимально необходимый уровень удовлетворения потребностей, в противном случае возникает дискомфорт, формируются и закрепляются отрицательные эмоции и чувства.

Цель работы: выявить зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком у супружеских пар.

Задачи исследования:

1. Провести анализ психологической литературы о самоотношении, отношении к сексу, удовлетворенности браком у супружеских пар.
2. Диагностировать особенности самоотношения, отношения к сексу, удовлетворенности браком.
3. Провести математическую и статистическую обработку данных методами параметрической или непараметрической статистики.
4. Выявить зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком.
5. Провести психологическую интерпретацию результатов.

Объект исследования: супружеские пары.

Предмет исследования: зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком у супружеских пар.

Гипотеза исследования: существует зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком у супружеских пар.

Теоретическая значимость: результаты данного исследования позволят определить как связаны между собой особенности самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком. Так же результаты дадут дополнительный теоретический материал для отрасли семейной психологии в сферах сексуального поведения, взаимопонимания супружеских пар, взаимовлияния личностных особенностей супругов, следовательно, помогут выявить взаимосвязь этих факторов с удовлетворенностью браком.

Самоотношение – термин, используемый для обозначения специфики отношения личности к собственному «Я». Строение самоотношения может включать: самоуважение, симпатии, самопринятие, любовь к се-

бе, чувство расположения, самооценку, самоуверенность, самоунижение, самообвинение, недовольство собой и т.д. В.В. Столин в эмоциональном самоотношении рассматривает симпатию, уважение, близость. [3, с. 134] С.Р. Пантелеев понимает самоотношения как выражение смысла «Я» для субъекта [2, с. 98].

Различия в отношении к сексу зависят от множества факторов: от половой принадлежности, общих черт личности, социальных установок, возраста и т.д. Секс в жизни мужчин занимает большее место, чем в жизни женщин. Экстраверты раньше интровертов и амбивертов начинают половую жизнь, имеют больше сексуальных контактов с большим числом партнеров и в более разнообразных формах; придают больше значения эротической любовной игре; быстрее привыкают к сексуальным стимулам, поэтому они больше интровертов и амбивертов ориентированы на смену партнеров, ситуаций и т.д. Сдержанные и заторможенные интроверты тяготеют к более индивидуализированным, глубоким, тонким и устойчивым отношениям [1, с. 121].

Шавлов А.В. дает следующую интерпретацию понятия «удовлетворенность браком»: «супружеская удовлетворенность браком есть ни что иное, как субъективное восприятие супругами сквозь призму социокультурных норм эффективности функционирования семьи в плане удовлетворения их индивидуальных потребностей» [4, с. 121]. Из чего следует, что неудовлетворение личных потребностей в браке может являться одним из факторов влияющих на удовлетворенность браком.

Методики исследования:

1. Для исследования самоотношения была выбрана методика Р.С. Пантелеева «Методика исследования самоотношения» (МИС). Данная методика обладает надежностью и валидностью, является достаточно простой для обработки и чувствительным диагностическим инструментом.

2. Для изучения отношения к сексу выбран опросник Г. Айзенка «Отношение к сексу». Указанный опросник обладает валидностью и является стандартизированным.

3. Для диагностики уровня удовлетворенности браком нами выбран тест-опросник «Удовлетворенность браком» В.В. Столина, Т.Л. Романова, Г.П. Бутенко.

Метод исследования: опрос.

Объектом исследования являлись супружеские пары. В исследовании участвовали тридцать супружеских пар с различным стажем брака от 2 месяцев до 27 лет. 14 семей имеют детей в возрасте от 1 года до 26 лет. Три семьи с 2-мя детьми, десять семей имеют одного ребенка и 1 одна семья – троих детей. Средний возраст детей 8 лет. Возраст самых моло-

дых супругов составляет 20 лет и 22 года. Средний возраст мужчин – 34,5 года, женщин – 33 года. Разница в возрасте, у большинства пар, составляет от 1 года до 5 лет. Наибольшая разница в возрасте супругов 7–10 лет (2 пары).

Образовательный уровень одинаков у 22 семей. В 2 семьях муж имеет образование выше, чем жена. В 6-и семьях жена имеет образование выше, чем муж. Высшее образование имеют 14 мужчин и 18 женщин. Среднее специальное образование имеют 16 мужчин 12 женщин. Среднее образование имеют 10 пар.

По «Методике исследования самоотношения» для большинства респондентов характерны закрытость (55 %), тенденция к высокому самомнению (58,3 %), интернальный локус контроля (41,6 %), заинтересованность в собственном Я (41,6 %), ригидность Я-концепции (51,6 %), отрицание проблем (86,6 %), отсутствие самообвинения (61,6 %).

По опроснику «Отношение к сексу» для большинства респондентов характерны вполне современное, легкое отношение к сексу (38,3 %), удовлетворенность своей сексуальной жизнью (86,6 %), отсутствие озабоченности проблемами, связанными с сексом (71,6 %); принимают во внимание личность и индивидуальные особенности характера своего партнера (88,3 %), не одобряют порнографию (45 %), чувствуют себя свободно в отношениях с противоположным полом и не боятся проявлять сексуальную страсть (85 %), легко возбудимы (36,6 %), не склонны к враждебности и агрессивным импульсам по отношению к своим сексуальным партнерам (78,3 %).

Результаты методики «Удовлетворенность браком» показали, что в сумме по всей выборке нет отличий в удовлетворенности браком между мужчинами и женщинами. Большинство супружеских пар (26 пар) оценивают свой брак, как благополучный.

Результаты корреляционного анализа позволяют сделать вывод о наличии значимой зависимости самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком. Выявленная значимая взаимосвязь может быть как прямо, так и обратно пропорциональной. Выявлена взаимосвязь между шкалами «саморуководство» и «удовлетворенность браком» ($R=0,353056$; $p\text{-level}=0,005658$). Была выявлена взаимосвязь между шкалами «самопринятие» и «удовлетворенность браком» ($R=-0,353376$; $p\text{-level}=0,005612$). Между шкалами «реализованность» и «удовлетворенность браком» была установлена прямо пропорциональная взаимосвязь ($R=0,299445$; $p\text{-level}=0,020109$).

Статистически значимых различий в удовлетворенности браком между полами, стажем в браке, уровнем образования, наличием детей не было выявлено.

Основываясь на статистических данных, гипотеза получила свое подтверждение, т.к. была выявлена статистически значимая зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком у супружеских пар.

Литература

1. *Кон И С.* Вкус запретного плода: сексология для всех. М., 1994.
2. *Пантелеев С. Р.* Самоотношение как эмоционально-оценочная система. М., 1991.
3. *Столин В. В.* Самосознание личности. М., 1983.
4. *Шавлов А.В.* Факторы удовлетворенности браком в семье кадрового военного в России: дисс. канд. соц. наук. М., 1995.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗРАБОТКИ СИМВОЛИКИ ЧЕМПИОНАТА ЕВРОПЫ ПО АКАДЕМИЧЕСКОЙ ГРЕБЛЕ СРЕДИ ЮНИОРОВ 2013 г. В ГОРОДЕ ЗАСЛАВЛЕ

О. Ф. Мартинчик

В мае этого года в Беларуси в городе Заславле состоялся чемпионат Европы по академической гребле среди юниоров. Для проведения чемпионата мне было предложено разработать его символику, которая включала бы следующие компоненты: адаптированный вариант официального логотипа чемпионата, в образе которого должна быть отражена специфика места его проведения, его талисман и оберег, серию рекламной и сувенирной продукции с символикой чемпионата. Выполненный дизайнерский проект был утвержден и получил высокую оценку международной федерации гребного спорта.

Как известно, в мире спорта существует высокая конкуренция. Многие страны желают принять и провести на своей территории масштабное спортивное мероприятие, которое, как правило, приносит стране высокий доход. Помимо экономической выгоды, не менее важным здесь является возможность показать культуру своей страны, ее традиции и ценностные установки. В этой связи при работе над символикой чемпионата, ее рекламной и сувенирной продукцией я поставила перед собой задачу – *отразить в ее образах традиционные ценности Беларуси, ее культурно-историческое своеобразие.*

Чтобы выполнить эту весьма непростую задачу и найти адекватное ей художественное воплощение, мне необходимо было разрешить для себя целый круг вопросов: определить наиболее подходящий общий символ, связанный с местом проведения чемпионата; разработать концепции талисмана и оберега, которые бы несли в себе и наиболее яркой форме вы-

ражали образы Беларуси; подготовить варианты сувенирной и рекламной продукции с запечатленной в них символикой чемпионата.

Очевидно, что в качестве *национального символа* надо было подобрать такую доминантную точку городского пространства, которая, с одной стороны, являлась бы эстетически выразительным архитектурным местом, а с другой стороны, несла в себе важный смысл. В данном случае я остановилась на привокзальной площади Минска – своеобразном парадном входе в столицу, который образуют высотные башни двухзданий, симметрично расположенных по обеим сторонам улицы. Эти башни давно уже у минчан получили знаковое название – «Ворота города» или «Минские ворота». Такой выбор весьма символичен, так как образ широко распахнутых и всегда раскрытых ворот, ведущих не просто в город, а в столицу республики, сразу же воспринимается как акт гостеприимства и радушия ее жителей. Тем более, это практически первое место, которое видит человек, прибывший в Минск. На гербе Заславля так же есть знак ворот, несущий в себе тот же смысл. Два этих символа связывают не только их общее содержание, но и то, что вначале участники и болельщики чемпионата прибывали в Минск, а затем уже оттуда в Заславль, где проходил сам чемпионат. То есть и тот, и другой город гостеприимно распахивал свои врата перед участниками и гостями чемпионата (рис. 1).



Рис. 1. Логотип чемпионата

Следующим элементом проектирования стал *талисман чемпионата*.

Миссия любого спортивного талисмана – отразить дух страны-хозяйки, где проводится чемпионат, принести удачу спортсменам и выразить праздничную атмосферу проводимого мероприятия. Чаще всего подобный талисман изображается в виде животного, наиболее популярного в стране, принимающей спортсменов, или в виде какого-либо персонажа, связанного с образами традиционной культуры. Спортивный талисман – это и символ географического места, в котором проходит чемпионат, и предмет для коллекционирования и получения дохода от его продажи на память его участникам и болельщикам.

Одним из основных критериев в оценке талисмана является оригинальность его идеи. Американский дизайнер Бред Коупленд, советник

МОК и эксперт по олимпийским талисманам, подчеркивал: «Это должен быть персонаж с запоминающимся именем, яркой личностью, которая становится центральной фигурой уникальной и волнующей истории страны. Талисман должен быть симпатичен как детям, так и взрослым, как женщинам, так и мужчинам, а также поддерживать олимпийские идеалы» [2, с. 416]. Вместе с тем, удачный талисман должен одинаково хорошо смотреться в любом осуществлении: изображенным на электронном или бумажном носителе, созданным в виде сувениров или нанесенным на рекламную продукцию.

После длительных раздумий и изучения многочисленных материалов по белорусской фауне, белорусскому фольклору, мифологии и других научных и художественных источников для талисмана был выбран образ выдры. Это связано с тем, что она водится возле речных водоемов Беларуси и по своему внешнему виду, несмотря на то, что это хищник, достаточно позитивно воспринимается людьми. Кроме того, выдра как животное хорошо приспособлена к водной стихии и легко передвигается по воде, а потому является наиболее подходящим типажом для талисмана по водной гребле. Если же обратиться к фольклору, то у многих народов выдра является ипостасью водного духа и олицетворяет собой мистические силы, связанные с водой. Особенностью данного выбора также явилось то, что выдра еще ни разу не фигурировала в качестве талисмана на спортивных состязаниях высокого ранга.



Рис. 2. Талисман и оберег чемпионата

Чтобы понравиться как взрослым, так и детям разного пола, талисман выполнен в двух вариациях: в виде мальчика и в виде девочки. Давно известно, что парные персонажи всегда наиболее эффективно работают на разные группы населения. Форма талисмана достаточно проста, но в то же время насыщена выразительными элементами, которые визуальн

оживляют и делают привлекательными эти образы. Их цветовая гамма в целом созвучна реальным цветам выбранного животного, а цвета одежды подобраны в соответствии с традиционной символикой народного белорусского костюма, где основным цветом был белый цвет, украшенный цветным орнаментом (рис. 2).

Имена персонажам я дала так же традиционно белорусские: мальчик – Алесь (Aleś), девочка – Аршуля (Aršula).

Для *оберега чемпионата* мне хотелось найти образ, связанный с водой, так как с самой древности вода для людей являлась источником жизни и в силу этого наделялась самыми разнообразными символическими значениями. У многих народов мира считалось, что вода способна исцелять, а потому она называлась живою водою.

Одним из важнейших знаков-графем воды является зигзаг. Его изображения можно встретить в искусстве практически всех народов мира. Другим ее знаком-изображением становится волнистая линия. И тот, и другой знаки воды по своей семантике практически равнозначны. В качестве основных элементов оберега чемпионата использованы оба традиционных начертаний знака воды, на основании которых я создала, но уже в трансформированном виде, свою версию знаков-графем, стараясь при этом не нарушить их стилистической основы и тем самым сохранить присущую водной стихии ее древнюю символику. Сама форма оберега также явилась из древности. Ее я сделала в виде старославянской фибулы, которая у славян одновременно была и функциональным элементом одежды – застежкой, и несла магическую функцию – являлась амулетом-оберегом. Фибула у славян часто выполнялась в виде двух утиных или гусиных лапок, так как у белорусов существовал культ водоплавающей птицы. Так возник образ оберега чемпионата, максимально простой, но выразительный. Он состоит из графической и шрифтовой части, в основе которых лежат старинные славянские мотивы, тем самым подчеркивая его географическое и культурно-историческое происхождение.

Найденные образы логотипа, талисмана и оберега украсили собой афиши, билеты, буклеты, а также нашли свое место на рекламной и сувенирной продукции чемпионата (рис. 3).

В целом задача, поставленная передо мной белорусской федерацией гребного спорта по разработке официальной символики чемпионата, была успешно выполнена, а ее результаты получили высокую оценку у его организаторов.



Рис. 3. Рекламная и сувенирная продукция с символикой чемпионата

Литература

1. Штейнбах В. Л. Олимпийский талисман // Большая олимпийская энциклопедия. М.: Олимпия Пресс, 2006. Т. 2.

ЭМИЛИ ДИКИНСОН И КРИСТИНА РОССЕТТИ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

Е. М. Мирошникова

Эмили Дикинсон и Кристина Россетти – классики англоязычной поэзии XIX в., ставшие символами викторианской эпохи – эпохи романтизма – для своих стран и прискорбно мало известные читающим на русском. Родившись едва ли не в один день в декабре 1830 г., поэтессы оказались представительницами разных миров: наследница Старого Света и продолжательница его литературной традиции – Россетти, и выросшая в Новом, еще переживающем свое культурное становление, Свете, Дикинсон. Россетти – женщина в черном, Дикинсон – женщина в белом, самая скромная муза прерафаэлитов и «затворница из Амхерста», обе они известны своей склонностью к теме смерти. Это в первую очередь служит поводом для сравнения их творчества в работах англо-американских исследователей, в том числе Ш. Ледер и А. Эббот (см.: «The Language of Exclusion: The Poetry of Emily Dickinson and Christina Rossetti»), К. Оттингер (см.: «The Death-Motif in the Poetry of Emily Dickinson and Christina Rossetti»). Философская, религиозная и пейзажная лирика также занимают значительное место в творчестве поэтесс. Его исследование, сопряженное со сравнением их мировоззрений и поэтического стиля, представляется интересной и новой для нашей науки задачей.

К. Россетти родилась в Лондоне в семье Габриэля Россетти, итальянского поэта и переводчика, исследователя творчества Данте Алигьери. Эмигрировав в Англию из-за своих революционных взглядов, он преподавал итальянский язык в Королевском колледже. Благодаря матери поэтесса получила прекрасное домашнее образование, унаследовав вместе с тем преданность Англиканской Церкви. Ранние литературные опыты Кристины, любимой младшей дочери и сестры, поощряли все родственники, а в особенности старший брат – Данте Габриэль Россетти. Художник, поэт и переводчик, идейный вдохновитель Братства прерафаэлитов, он помогал ей отбирать стихотворения для публикации. Он же сочинил Кристине псевдоним – Элен Эллейн – в соответствии с общим для прерафаэлитов пристрастием к старинным балладам и поэзии Теннисона. Этим именем были подписаны стихотворения Кристины, опубликованные в журнале Братства «Росток» («The Germ»). К тому времени ей исполнилось двадцать, частным образом уже был издан сборник ее поэзии, с 1862 г. последуют и другие.

Иная ситуация была у Э. Дикинсон. Ей пришлось самостоятельно создавать себе условия для творчества в пределах родительского имения в маленьком городке Амхерст, что в Новой Англии. Отец поэтессы, вечно занятой адвокат, несмотря на непонимание, дал Эмили хорошее образование в Академии Амхерста. Э. Дикинсон было около тридцати, когда она стала вести затворнический образ жизни, посвятив себя поэзии, а ее младшая сестра, Лавиния, оставшись жить в одном доме с поэтессой, заботилась о ней. Соседи Эмили, набожные пуритане, считали поэтессу чудаковатой: об основном ее занятии никто не знал, зато знали, что она постоянно носит белое платье и не покидает пределов дома и сада. Дикинсон, однако, вела активную переписку с друзьями, литераторами и журналистами, в том числе с Т. М. Хиггинсоном. Она придавала большое значение общению с ним, просила советов, но не прислушивалась к ним, как не прислушивалась ни к чьему мнению в том, что касалось ее стихов. Короткие, не строго рифмованные, подчиненные простому ритму церковных гимнов, они всегда изобиловали заглавными буквами, тире – и оставались не изданными. За всю жизнь Э. Дикинсон было опубликовано около семи ее стихотворений. Столько же стихотворений Россетти было напечатано в «Ростке» за один только 1850 год.

Обе поэтессы были весьма скрытны в процессе своего творчества: сестра Э. Дикинсон обнаружила масштаб ее творчества только разбирая вещи после похорон поэтессы, а брат Россетти, Уильям, признавался, что, оставаясь с ней в одном доме, никогда не заставлял ее за сочинительством; с детства Россетти не принимала ничьей помощи в творчестве, настаивая на том, что так стихи могут перестать быть ее собственными.

Как отмечает Е. С. Чернокова, «праерафаэлиты определили для себя список "бессмертных" поэтов», в который входили Джон Китс и Элизабет Браунинг [1, с. 29]. Россетти испытывала влияние их тематики, в то время как американская поэтесса, зная и любя ту же поэзию, только вдохновлялась. К. Россетти доверяла только Данте Габриэлю, только его честность готова была терпеть всегда. Он одобрял «темноту», неопределенность в ее поэзии, иногда даже настаивая на удалении последних строф для усиления этих качеств. «Для Россетти жить в мире значит жить с вопросами, ответы на которые могут быть найдены только когда придет конец этого мира, – замечает британский исследователь С. Хамфрис во вступлении к оксфордскому изданию стихов и прозы К. Россетти. – Верно, что в основе поэзии лежит теологическая определенность, но беспокойный ум Россетти более волнует неопределенное» [2, с. 36].

Подобно Дикинсон, со временем Россетти стала вести затворнический образ жизни, но не по своей воле: слабое здоровье, болезнь, влиявшая на внешний облик поэтессы, вынудили ее отдалиться от общества. Еще одной причиной одиночества поэтессы стала ее трактарианская вера: не желая связывать жизнь с католиком или ученым-агностиком, К. Россетти разорвала две помолвки. Что касается публикаций, для К. Россетти они были способом творческой самореализации и источником дохода. Дикинсон же писала, что публикация – «аукцион человеческого ума» и ее может оправдать только бедность («Publication – is the Auction // Of the Mind of Man – // Poverty – be justifying // For so foul a thing» [3, с. 168]), но она не была рождена в семье эмигрантов, где принято было зарабатывать искусством и интеллектуальным трудом.

Праерафаэлиты призывали учиться у природы. Та же идея лежит в основе романтизма в целом и философии эмерсоновского трансцендентализма, в полной мере воспринятого Э. Дикинсон. Для Дикинсон природа – истинный дом, где поэтесса не находит признаков разложения, но чувствует заложенный в земной жизни потенциал, ее величие. «Надо лишь помнить – // Что желудь здесь – // Зародыш лесов // В верховьях небес», – пишет поэтесса (*пер. В. Марковой*) (Needs but to remember // That the acorn there // Is the egg of forests // For the upper air!) [3, с. 158–159]. У Россетти же созерцание природы омрачено сознанием скоротечности юности, тщетности земного существования, его холода и отстраненности. Это можно видеть на примере таких стихотворений, как «Нить жизни» («The Thread of Life») или «Стареет Земля» («Earth grown old»).

Вместе с этими ощущениями «темнота» («obscurity») и «неясность» («inexplicitness»), яркость, сочность языка, чувственность, символизм, глобальность образов, нанизывание звучных эпитетов и метафор не

только воплощают прерафаэлитскую эстетику, но и уподобляют поэзию Россетти поэзии барочной. Роль авторов XVII в. (Шекспира, Милтона) как источника образности Россетти на примере поэмы «Рынок гоблинов» утверждает российская исследовательница Е. С. Чернокова, ссылаясь так же на западного специалиста по поэзии Россетти – Джен Марш (см.: «Christina Rossetti: A Literary Biography»).

Раскрывая тему смерти, поэтессы, обе хорошо знакомые с Писанием, достаточно единодушны. Дикинсон, несмотря на кальвинистское воспитание, не нашла опоры в церковной вере, однако уверенность в существовании бессмертия, следующего за земной жизнью, была ей присуща. Она неизменно чувствует присутствие в мире Светлого Создателя и доверяет Ему, смерть воспринимается ею как безопасный кров, награда за земные труды. Смерть – путешествие, в которое Дикинсон отправляется бесстрашно, Смерть – ее надежный проводник в вечность. «Он ехал тихо – не спешил – // Меня отвлечь сумел // От всех утех — от всех забот // Любезный кавалер – // (пер. А. Величанского) [4, с. 316] («We slowly drove – // He knew no haste // And I had put away // My labor, and my leisure too, // For His Civility – » [3, с. 170]). Россетти тоже создает мистический, призрачный образ доброго проводника, ведущего душу к вечности. У нее он встречается в стихотворении «Up Hill», написанном в форме диалога, где земная жизнь представляется как долгий тяжелый подъем в гору, путь, в конце которого странника ждет награда. Душа, как усталый странник, задает вопросы, а проводник успокаивает и обнадеживает: «На отдых теперь я могу уповать? // О да, ты его нашел. // Но всякому здесь постелют кровать? // Всякому, кто вошел» (пер. М. Лукашкиной) [5] (Shall I find comfort, travel-sore and weak? // Of labour you shall find the sum. // Will there be beds for me and all who seek? // Yea, beds for all who come [2, с. 85]).

В сущности смерти – сна перед жизнью вечной – Россетти не уверена, как и Дикинсон. От этой неизвестности и боязни Судного Дня в словах английской поэтессы ощущается горечь, боль, отчаянная надежда. Подобно Джону Донну, Россетти просит помнить или забыть ее, но не скорбеть слишком сильно.

Таким образом, хотя для Дикинсон смерть – облегчение более незамутненное, общей для нее и К. Россетти остается вера в вечную жизнь как награду, к мысли о которой возвращаются каждый день жизни земной. И хотя Россетти вычитывает меньше истин в природе, обнаруживает больший пессимизм, ее духовным стержнем остается вера в Бога, в ее поэзии ощущается такая же любовь к каждому Его созданию, как и у Эмили Дикинсон. Последняя же выражает подлинно эмерсоновское «доверие к себе», со своим новаторским стилем занимая достойное место в

ряду классиков англоязычной, мировой литературы, в одном ряду с Кристиной Россетти.

Литература

1. Чернокова Е. С. Поэзия Кристины Россетти в контексте эстетики прерафаэлитизма. Харьков, 2004.
2. *Humphries S.* Introduction // *Chr. Rossetti. Poems and Prose.* Oxford, 2008.
3. Американская поэзия в русских переводах. М., 1983.
4. Дикинсон Э. Стихотворения. Письма / пер. с англ. А. Гаврилова. М., 2007.
5. *Россетти К.* Стихи / пер. с англ. М. Лукашкиной // *Иностранная литература.* 2005. № 9. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://magazines.russ.ru/inostran/2005/9/ro4.html>.

ПЕРЕВОД ПОЛИТКОРРЕКТНОЙ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Ю. В. Мындыкану

Политическая корректность – лингвокультурологическое явление, получившее почти мировую распространенность. Оно появилась в США благодаря трем общественным движениям: университетскому движению, феминизму и борьбе африканцев и национальных меньшинств за равноправие и дерасиализацию языка [2].

Наиболее емкое и адекватное определение этого термина было дано профессором С.Г. Тер-Минасовой: «Политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.» [3].

Сегодня в США все, что имеет хоть какое-то отношение к «непохожести» лингвистически «нейтрализуется»:

old age pensioners > senior citizens «пожилые пенсионеры > старшие граждане»; poor > disadvantaged > economically disadvantaged «бедные > лишенные возможностей (преимуществ) > экономически ущемленные»; slums > substandard housing «трущобы > жилье, не отвечающее стандартам» [3].

Так, даже с наступающим Рождеством все чаще стараются не поздравлять, выбирая фразы вроде 'Happy Holidays' – ведь кто-то может праздновать Хануку, а кто-то является ярым атеистом.

Даже зубные щетки продаются очень деликатно: for small teeth, for standard teeth, а больших зубов у носителей английского языка не быва-

ет – это не соответствует представлениям о красоте лица, поэтому последний размер называется for regular teeth – для обычных, нормальных, правильных зубов [3].

Британское Агентство регистрации водителей и транспортных средств (DVLA) составило список запрещенных номерных знаков. В частности, особо опасными признаны номера, в которых угадывается террористическая тематика, например, 054MA (может ассоциироваться с именем Усамы бен Ладена), H057AGE (hostage – заложник), MA56ACA (massacre), HE580LA («Хезболла»), а также номера, напоминающие написания слов «Хамас» и «джихад», слова, всеупоминающие Иисуса Христа, Коран, мусульманство, слова, «подстрекающие» к расовой ненависти и т.д.

Запретили также номера с якобы нацисткой составляющей: GA55OVN (gas oven) и G005TEP (goose-step) [1].

Нужно отметить, что в странах СНГ, в отличие от США и других западных государств, исторически сложилось несколько иное языковое поведение, быть может, порой более агрессивное и резкое (видимо, от желания «резать правду-матку»), но и более искреннее. В той же Америке систематическое следование требованиям политкорректности приводит к выхолащиванию, украшательству языка, появлению часто совершенно абсурдных слов. Кроме того, в русскоязычном обществе каждый волен сам выбирать модель речевого поведения. Во всяком случае, несоблюдение критериев политической корректности не повлечет за собой ощутимых последствий для речедеятеля, подорвав его репутацию или разрушив карьеру, как это могло бы произойти в США.

Перевод политкорректных выражений осуществляется подбором русских эвфемизмов эквивалентных английским, поиском соответствий в словарях, применением переводческих трансформаций.

Многие слова имеют единичные и множественные переводческие соответствия в словарях (Chinese American – американцы китайского происхождения, golden ager (Am) – пожилой человек, homemaker – хозяйка дома; мать семейства) [2].

Перевод выражений, не имеющих соответствий в русском языке, осуществляется использованием переводческих трансформаций и приемов. Основываясь на результатах исследования Ващуриной, можно сказать, что чаще всего применяется калькирование gender stereotypes – гендерные стереотипы, consistent experiences of discrimination – постоянные случаи дискриминации [2].

Некоторая лексика передается на русский язык смешанным переводом (чаще всего совмещение транскрипции/ транслитерации и описательного перевода): ableism – аблеизм, притеснение лиц с физическими недостат-

ками, lookism – лукизм, создание стандартов красоты и привлекательности и ущемление прав тех, кто этим стандартам не соответствует [2].

При необходимости передать точный смысл политкорректного высказывания можно использовать модуляцию (available – безработный) [2]. Ващурина предлагает разделить политкорректную лексику на 6 групп [2].

I группа связана с названиями людей, подвергающихся дискриминации.

II группа эвфемизмов – эвфемизмы, обозначающие страшные и неприятные явления действительности (a physically/mentally challenged person – человек с умственными/физическими недостатками, visually oriented – человек с ограниченными возможностями слуха, visually challenged, – человек с нарушением зрения, children with learning difficulties – дети, испытывающие трудности при обучении) [4].

III эвфемизмы, связанные с влиянием государства на жизнь людей (garbage collector (уборщик) – sanitation man, sanitation engineer или garbologist, road-sweeper (метельщик улиц) – street orderly, janitor (дворник) – environmental hygienist, custodian или building engineer nursing-home care assistant вместо nurse) [4].

IV эвфемизмы, обозначающие внешний вид и возраст человека (longer-living, mature, of third age, senior citizen, older person – пожилой человек, в официальном употреблении используется выражение старшее поколение [4].

V эвфемизмы, обозначающие влияние человека на флору и фауну (pets > animal companions, house plants > botanical companions, а предметы неодушевленного мира – mineral companions. В русском языке такой тенденции не наблюдается, поэтому в данном случае при переводе предпочтительнее заменить эвфемизм в оригинале на неэвфемистично звучащее и перевести его на русский язык.

VI юмористические эвфемизмы (пародии на политкорректные) (Cattle Concentration Camp – cattle ranch, seared mutilated animal flesh – hamburger).

Итак, несмотря на то, что многие не верили в будущее политической корректности и предрекали ей скорое забвение, это движение существует и оказывает значительное влияние на английский язык и образ жизни в западных странах. Поэтому гражданам нашей страны, например, также России и прочих стран на постсоветском пространстве знание и понимание политкорректной лексики необходимо для успешного межкультурного общения. К тому же политкорректные эвфемизмы начинают проникать и в русский язык. В связи с этим способы перевода политкорректной лексики представляют интерес для переводчиков-практиков.

Литература

1. Автоновости [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://auto.newsru.com/article/21nov2008/zapret-nomer>.
2. Вашурина Е. А. Политическая корректность как лингвокультурологическая и переводческая проблема [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.universite.ru/material/works/filolog/cu-fl-04.doc>.
3. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://auto.newsru.com/article/21nov2008/zapret-nomer>.
4. Шляхтина Е. В. Языковой аспект политкорректности в англоязычной и русской культурах [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://inf.yspu.org/documents-open/dis/498/auto.pdf>.

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

К. И. Носкевич

Газетно-публицистический стиль характеризуют две функции: информационная и воздействующая. Главное качество газетно-публицистического стиля – сочетание в нем стандарта и экспрессии [4]. Газетные тексты требуют при переводе, прежде всего, обеспечения инвариантности на уровне плана содержания, главным параметром перевода является точность и полнота передачи информации, а форма должна безоговорочно соответствовать современной норме языка перевода.

При переводе с английского языка на русский следует ориентироваться на более строгий стиль русскоязычных газет [2]. Определенное уподобление газетно-публицистическому стилю языка перевода является одним из условий адекватного перевода.

При передаче стилистического значения переводчик должен вызвать у читателя аналогичную оригиналу реакцию, хотя часто ему приходится достигать этого, прибегая к совершенно иным языковым средствам.

Стилистические особенности английского газетно-информационного жанра и их передача на язык перевода:

1. Для английских и американских газетных материалов характерно использование разговорных оборотов в самых серьезных по содержанию текстах [1]. Наиболее правильным будет отказ от передачи таких жанровых особенностей во имя адекватной передачи характера жанра в целом.

What is the meaning of the North Korean Foreign Ministry's strange statement on Thursday that it now had «nukes»? – Что же все-таки заставило министра иностранных дел КНДР объявить о том, что страна обладает ядерным оружием?

2. Второй особенностью является стремление английских и американских авторов приукрасить сухое сообщение, используя отдельные жаргонизмы, перифразы и т. д. [1]. Исходя из соображений сохранения стилистических особенностей жанра в русском языке, эти "включения" обычно при переводе не передаются:

In another "Let's get cracking" Note, the Soviet Union today proposed next Thursday as the starting date for Ambassadors' talks in Moscow to prepare a Summit conference. – В новой ноте, предлагающей приступить к непосредственной подготовке совещания в верхах, Советский Союз назвал сегодня следующий четверг в качестве даты начала переговоров послов в Москве.

3. В информационно-описательных материалах английских и американских газет принято всегда указывать титул политического деятеля [1]. Если фамилия политического деятеля употребляется без упоминания титула или занимаемой должности, перед ней всегда ставится сокращение Mr. (Mister) или Mrs. (Mistress). При переводе эти титулы, как правило, опускаются. *Opinion polls have always shown President Obama to be more popular than Governor Romney across the continent. НО: В субботу Барак Обама посетит штаты Огайо, Висконсин, Айова и Вирджиния. Митт Ромни в тот же день отправится в Нью-Гэмпшир, Айову и Колорадо.*

4. В газетно-публицистическом стиле нередко используются метафоры [3]. Перевод метафор чаще всего осуществляется на основе подбора контекстуального варианта:

The independent liberal party, Yabloko, a shadow of its former self, was banned from the poll in St. Petersburg. – Независимой либеральной партии 'Яблоко', сегодня лишь отдаленно напоминающей свое бывшее 'я', под довольно неубедительным предлогом запретили баллотироваться в Санкт-Петербурге.

В ряде случаев сохранить в тексте перевода оригинальность образной структуры исходного текста позволяет использование калькирования.

5. Метонимия в газетной речи обеспечивает лаконизм изложения и делает речь более выразительной [4]: the Downunder – Австралия, the Emerald Island – Ирландия и т.д. При переводе на русский язык, подобные метонимические обороты заменяются прямыми наименованиями.

6. Еще одной особенностью английского газетно-информационного стиля является использование образных слов и выражений [1]. Фразеологические обороты передаются разными способами с полным или частичным сохранением образности, фразеологическим или нефразеологическим способом.

And he casts himself as Hitler reincarnated, calling for Israel to be «wiped off the map». – А себя он считает реинкарнацией Гитлера, призывая к тому, чтобы Израиль «был стерт с лица земли».

7. Зачастую в англоязычной прессе встречаются оценочные эпитеты. Но русскоязычная пресса более стеснена при выборе степени оценки и экспрессивности, переводчик вынужден прибегать к приемам нейтрализации либо компенсации:

The Bank extended a 25-year, \$350 million loan to them, at the comfortable interest rate of 1 1/2 per cent. – Банк предоставил им заем в сумме 350 миллионов долларов, сроком на 25 лет, на исключительно льготных условиях

8. Среди стилистических приемов, используемых также и в газетном стиле, довольно часто встречаются пары — как синонимические, так и аллитерированные [5]. При переводе синонимических пар в текстах публицистического стиля тоже нередко приходится ограничиваться одним словом:

This Administration has taken these steps even as duty compelled us to fulfil and execute alliances and treaty obligations throughout the world. – Правительство предприняло эти шаги, поскольку долг предписывает нам выполнять наши союзнические обязательства, принятые нами по всем заключенным договорам.

9. Что касается передачи в переводе сравнения как стилистического приема, то трудности возникают только в том случае, если слова английского и русского языков различны по своей семантической структуре.

Instant history, like instant coffee, can sometimes be remarkably palatable. – Современная история, как и такой современный продукт, как растворимый кофе, иногда может быть необыкновенно приятна.

Из всего сказанного видно, что употребление некоторых стилистических приемов в английском языке весьма своеобразно и всякий механический перенос из одного языка в другой недопустим. Кроме того, эффект, производимый тем или иным стилистическим приемом, бывает различен в английском и русском языках. Это и вызывает необходимость в стилистических трансформациях: заменах, нейтрализации и компенсации. Поэтому не столь важно классифицировать средство, как осознать производимый им эффект, то есть установить, с какой целью оно используется автором.

Литература

1. *Журналистика и медиаобразование в XXI веке.* Сб. научных трудов Международной научно-практ. конф. – Белгород: БелГУ. 2006. С. 266.
2. *Комисаров В. Н.* Теория перевода. Лингвистические аспекты.
3. *Марова Н. Д.* Прагматика и стилистика текста.

4. *Макарова Л.С., Долуденко Е.А.* Материалы по курсу теории и практики перевода.[Электронный ресурс].
5. *Левицкая Т. Р, Фитерман А. М.* Проблемы перевода. 1976.

Оригиналы статей

1. Интернет-адрес: <http://www.yourbbsucks.com/forum/showthread.php?t=494>.
2. Интернет-адрес: http://www.cbsnews.com/8301-18563_162-688311.html.
3. Интернет-адрес: <http://www.bbc.co.uk/news/world-20233941>.
4. Интернет-адрес:
http://www.bbc.co.uk/russian/international/2012/11/121103_usa2012_obama_romney_elections.shtml.
5. Интернет-адрес: http://www.ideasinactiontv.com/tcs_daily/2005/02/greenwashing-putin.html.
6. Интернет-адрес: <http://www.guardian.co.uk/world/2005/jan/14/usa.guantanamo>.
7. Интернет-адрес: <http://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/primary-resources/lbj-union67/>.
8. Интернет-адрес:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:taGBytCc7TMJ:www.usnews.com/usnews/opinion/articles/060130/30edit.htm+&cd=2&hl=ru&ct=clnk&gl=by>.
9. Интернет-адрес: <http://www.pbs.org/wgbh/americanexperience/features/primary-resources/lbj-union67/>.

ОШИБКИ НА СЕМАНТИЧЕСКОМ УРОВНЕ В СИСТЕМАХ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И СПОСОБЫ УСТРАНЕНИЯ

Т. И. Окрут

При общении человека и ЭВМ всегда возникал семантический барьер, и работа любой системы автоматической обработки естественного языка подразумевает под собой наличие семантических ошибок, в том числе и работа систем машинного перевода (МП).

Для проведения анализа семантических ошибок в системах машинного перевода сначала необходимо разобраться в том, как эти системы устроены.

В современных системах машинного перевода можно выделить системы, основанные на правилах, на примерах и статистические системы МП [1, с. 110].

Системы МП на правилах создаются на основе лингвистической информации об исходном и переводном языках. Они состоят из двуязычных словарей и грамматик, охватывающих основные семантические, морфологические, синтаксические закономерности каждого языка. Как правило, эти системы используют формальный язык-посредник в качестве основы для создания текста на языке перевода [2, с. 179].

В рамках метода, основанного на правилах, выделяют интерлингвистические и трансферные системы машинного перевода.

Среди представителей систем машинного перевода на правилах можно выделить продукты компаний PROMT, ImTranslator, Systran (трансферные системы) и системы машинного перевода семейства ЭТАП (интерлингвистические системы) [3].

В системах МП на примерах используется двуязычные корпуса текстов, составленные из пар предложений. Основная идея: при накоплении достаточно большого объема ранее переведенных текстов велика вероятность того, что большая часть последующих текстов будет аналогична уже переведенным вручную.

К системам МП на примерах относят системы на базе технологии «памяти переводов» (Translation Memory) [3, с. 114]. «В общем массиве текста система находит сегменты, которые уже были однажды переведены, и берет перевод из базы переводов Translation Memory» [4].

Статистические системы МП основаны на поиске наиболее вероятного перевода предложения с использованием данных, полученных из двуязычной совокупности текстов.

Наиболее яркими представителями данной технологии являются системы компаний Google и Яндекс.

Рассмотрим строение системы МП компании Яндекс. Она состоит из модели перевода, модели языка и декодера. В модели перевода подбираются параллельные документы, потом в них – пары предложений, слов и словосочетаний. Для создания модели языка система изучает тексты на нужном языке и составляет список всех употребленных в них слов и словосочетаний с указанием частоты их использования. Непосредственно переводом занимается декодер. Он подбирает все варианты перевода для предложений исходного текста, сочетая между собой фразы из модели перевода, и сортирует их по убыванию вероятности [5].

Несмотря на многообразие вышеописанных систем, их всех объединяет общая тенденция: возникают ошибки, и в первую очередь нас интересуют ошибки на семантическом уровне.

В качестве объектов для исследования было выбрано 3 представителя систем машинного перевода: онлайн переводчики компаний Promt (трансфертная СМП), Yandex (статистическая СМП) и система машинного перевода ЭТАП (интерлингвистическая СМП). На примере работы этих систем в рамках русско-английского перевода изучены семантические ошибки, а также рассмотрены возможные варианты их предотвращения.

В качестве текста для перевода был взят отрывок из произведения «Преступление и наказание» Ф.М. Достоевского. В качестве челове-

ского перевода был взят соответствующий отрывок из работы Констанс Гарнетт (табл. 1).

Таблица 1

Вариант человеческого перевода от Констанс Гарнетт

Ф.М. Достоевский «Преступление и наказание»	Перевод от Констанс Гарнетт
<p>«Я так и знал! — бормотал он в смущении, — я так и думал! Это уж всего сквернее! Вот эдакая какая-нибудь глупость, какая-нибудь пошлейшая мелочь, весь замысел может испортить! Да, слишком приметная шляпа... Смешная, потому и приметная... К моим лохмотьям непременно нужна фуражка, хотя бы старый блин какой-нибудь, а не этот урод. Никто таких не носит, за версту заметят, запомнят... главное, потом запомнят, а не улика...»</p>	<p>"I knew it," he muttered in confusion, "I thought so! That's the worst of all! Why, a stupid thing like this, the most trivial detail might spoil the whole plan. Yes, my hat is too noticeable. . . . It looks absurd and that makes it noticeable. . . . With my rags I ought to wear a cap, any sort of old pancake, but not this grotesque thing. Nobody wears such a hat, it would be noticed a mile off, it would be remembered. . . . What matters is that people would remember it, and that would give them a clue. . ."</p>

Далее следуют варианты систем машинного перевода (табл. 2).

Появление семантических ошибок в первую очередь обусловлено омонимией (*ан* как союз и сокращение) и полисемией слов (например, слова *мелочь*, *глупость*, *улика*). Также системы Promt и Yandex не смогли распознать превосходную степень слова *пошлый* по причине отсутствия полной морфологической информации о слове (в случае с Promt) и из-за отсутствия в модели перевода фраз со словом *пошлейший* (в случае с Yandex). Устойчивое выражение *за версту* система Yandex не смогла распознать в контексте, в то время как для обособленного выражения перевод дается верный. Система МП Promt предложила нефразеологический вариант *far off*, а система ЭТАП дала пословный перевод за неимением эквивалента в электронном словаре.

Таким образом, качество систем МП на правилах зависит от объема словаря и объема информации, приписываемой лексическим единицам, от тщательности проектирования алгоритмов анализа и синтеза, а также от параметров программного обеспечения. Статистические же системы МП требуют постоянного пополнения параллельных корпусов. При этом все этапы машинного перевода взаимосвязаны, ошибки на одном из этапов влекут за собой появление ошибок на других этапах.

В зависимости от систем перевода предлагаются различные способы предотвращения семантических ошибок. Система ЭТАП в режиме диалога предлагает выбрать подходящий вариант для многозначного слова или омонима.

Варианты перевода от систем МП

СМП	Вариант машинного перевода	Семантические ошибки
Yandex	«I knew it! "he muttered in confusion, " I thought so! It's the worst of all! This is a kind of some foolishness, some пошлейшая* little thing**, the whole concept*** of may spoil. Yes, too conspicuous hat... Funny, therefore, noticeable... To my rags go will need a cap, at least the old pancake some, but not this monster****. None of these is not a place***** no one will notice, remember... the main thing, then remember, Academy of science and evidence*****...»	<p>*<i>пошлейшая</i> (превосходная степень, здесь в значении ‘тривиальный’)</p> <p>**<i>little thing</i> (<i>мелочь</i> в значении ‘пустяк’ – <i>trifle</i>)</p> <p>***<i>concept</i> (имеет значение ‘авторский замысел’, лучше <i>plan</i> в значении ‘намерение’)</p> <p>****<i>monster</i> (относится к людям, животным, указывает на огромный размер, лучше <i>malformed thing</i>)</p> <p>***** <i>a place</i> (<i>за версту</i> переводится как <i>a mile away</i>)</p> <p>***** <i>Academy of science and evidence</i> (<i>ан</i> – союз, употребляется для противопоставления)</p>
Prompt	"I and knew! — he muttered in confusion — I and thought! It is nastier than everything! Here the such any nonsense*, any poshleyshy** trifle, all plan can spoil! Yes, too perceptible hat... Ridiculous, therefore also the perceptible... To my tatter the peak-cap, at least an old pancake any, instead of this freak is by all means necessary. Anybody such doesn't carry***, far off**** will notice, will remember... the main thing, then will remember, An***** and a proof*****..."	<p>*<i>nonsense</i> (в значении ‘глупое поведение’, лучше в значении ‘глупый поступок’ – <i>foolish / stupid / silly thing</i>)</p> <p>**<i>poshleyshy</i> (превосходная степень прилагательного <i>пошлый</i> в значении ‘тривиальный’)</p> <p>***<i>carry</i> (в значении ‘переносить’, лучше <i>wear</i> в значении ‘носить одежду’)</p> <p>****<i>far off</i> (нефразеологический вариант, лучше <i>a mile away / off</i>)</p> <p>*****<i>An</i> (<i>ан</i> – союз, употребляется для противопоставления)</p> <p>*****<i>proof</i> (официальный вариант, лучше <i>clue</i>)</p>
ЭТАП	"I so also knew! -He muttered in embarrassment - I so also thought! Already in all it is worse! Such some foolishness, some most platitudinous trifle here are, the whole design* can spoil! Yes too visible a softy**... Funny therefore and visible... The peaked cap, at least old pancake some, and not this freak to my rags are certainly necessary. However also an evidence nobody doesn't wear, behind verst*** will be noticed, will memorize... the main thing, afterwards will memorize, such... "	<p>*<i>design</i> (<i>замысел</i> в значении ‘намерение’ переводится как <i>plan</i>)</p> <p>**<i>softy</i> (в значении ‘тряпка’ о человеке, лучше <i>hat</i>)</p> <p>***<i>behind verst</i> (пословный перевод, лучше <i>a mile away / off</i>)</p>

Статистические системы способны самообучаться: чем больше в распоряжении имеется параллельных корпусов и чем точнее они соответствуют друг другу, тем лучше результат статистического машинного перевода, также пользователи сами могут пополнять базу знаний системы путем исправления ошибок в машинном переводе. Некоторые системы можно настраивать на определенные предметные области, что уменьшает вероятность появления семантических ошибок.

На сегодняшний момент производители систем МП разрабатывают гибридные системы на основе совмещения методов на примерах и правилах и статистических методов, беря в расчет сильные стороны этих технологий.

Литература

1. *Марчук Ю. Н.* Модели перевода: учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия», 2010.
2. *Баранов А. Н.* Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2001.
3. *Harold Somer* Review Article: Example-based Machine Translation // Machine Translation. Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands, 2001. P. 113–157. Интернет-адрес:
<http://kitt.cl.uzh.ch/clab/satzaehnlichkeit/tutorial/Unterlagen/Somers1999.pdf>.
4. Интернет-адрес: http://www.promt.ru/company/technology/machine_translation.
5. Интернет-адрес: <http://company.yandex.ru/technologies/translation>.

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА ВЫСТАВОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА «ПУЛЬС ЧЕРНОБЫЛЯ» (О ПОСЛЕДСТВИЯХ КРУПНЕЙШЕЙ ТЕХНОГЕННОЙ КАТАСТРОФЫ ДЛЯ БЕЛАРУСИ)

Н. В. Осадчий

Тема выставочного пространства «Пульс Чернобыля» связана с крупнейшей техногенной катастрофой в мировой истории и последствиями этой катастрофы для Беларуси. Мое обращение к данной теме и созданию проекта выставочного пространства, посвященного этой трагедии, было обусловлено осознанием глобальных проблем современного общества. Сравнительно недавно, примерно двести лет назад, произошла научно-техническая революция, но в этой прочной и крепкой на вид цепи начинают все чаще и чаще обнаруживаться ее слабые звенья, оставляющие глубокие шрамы на лице человеческого существования, что начинает пробуждать в нас объективное видение побочных явлений нашего комфортного проживания за счет технических достижений.

На создание проекта выставочного пространства «Пульс Чернобыля» повлияло также и то, что в самой Беларуси, которая особенно пострадала от этой техногенной катастрофы, до сих пор нет целостного визуаль-

но-образного пространства, способного поведать в яркой эмоциональной форме каждому посетителю выставки об этой аварии века, и одновременно погрузить его в виртуальную среду чернобыльской зоны отчуждения современными художественными и техническими средствами.



Рис.1. Зал экспонатов. Фрагмент эскиза выставочного пространства

При разработке своего проекта я стремился к тому, чтобы он решал следующие *задачи*: сформировать в выставочном пространстве целостную картину ядерной катастрофы на ЧАЭС; создать многоуровневую информацию о причинах и последствиях аварии; погрузить посетителей в атмосферу чернобыльской зоны посредством современных визуально-образных средств; организовать пространство с элементами сюжетно-игровой основы с помощью различных визуальных эффектов и использования реальных артефактов.

Выставочное пространство «Пульс Чернобыля» в силу ее тематической предназначенности включает в себя множество содержательных аспектов. Так, ее *историко-культурный* и *познавательно-образовательный аспекты* заключаются в ее общей идее – показать зрителю объективную и достоверную картину этого события с сохранением исторически верных фактов. *Нравственный аспект* этой выставки определяется ее духовным измерением. Как известно, нет духовно инертных или нейтральных видов человеческой деятельности. Тема Чернобыля в этом смысле приобрела колоссальный духовно-нравственный резонанс.

Ядерная энергетика после аварии на ЧАЭС поставила под сомнение гуманистические основы ее использования. Целью выставки и является ориентирование людей на осознание проблемы того, что использование ядерной энергетике не должно быть свободным от нравственных императивов. *Досугово-игровой аспект* выставочного пространства состоит в том, что оно рассчитано на самую широкую целевую аудиторию – массового потребителя, а потому в его организацию входит и игровая деятельность. Это достигается посредством разделения ее пространства на зоны с четко организованными игровыми ситуациями.

Концепция выставочного пространства проекта «Пульс Чернобыля» основывается на сложившемся образе «зоны отчуждения» – безлюдных улиц города Припяти, заброшенных кварталах однотипных советских жилых застроек. Это место, где давно царит атмосфера отрешенности и безысходности, где природный мир флоры и фауны захватывает остатки цивилизации. Именно этим и живет современный Чернобыль уже последние 27 лет. Но новизна моего проекта заключается не только в воспроизведении художественными и техническими средствами образа современной зоны Чернобыля. Основная его *цель* – создать виртуальную среду, имитирующую в яркой форме ситуацию, связанную с событиями, произошедшими на ЧАЭС, чтобы почувствовать до конца суть той трагедии.

Для создания подобного выставочного пространства необходимо соответствующее помещение, для которого можно приспособить какой-либо бункер, например, объект гражданской обороны – убежище, используемое в данном случае и по его прямому назначению, и для выставки. Бункер, используемый для этой цели, должен состоять из нескольких блоков-туннелей, соединенных коридорами.

Реальный бункер, с его суровой атмосферой индустриальной среды, окованными стальными обшивками стенами, наполненный композициями из промышленных труб и конструкций, становится активным средством создания соответствующего настроения посетителей выставки, способного их погрузить в ситуацию техногенной катастрофы. Кроме того, данное помещение напрямую служит организации познавательно-игрового пространства, создавая фон для виртуальной среды, имитирующей посредством современных визуальных средств основные моменты и ситуации разразившейся катастрофы на ЧАЭС – сам взрыв, героическое тушение пожара людьми, жертвующих своим здоровьем и жизнью, сцены эвакуации людей из зараженной зоны и многое другое. Этому также способствуют представленные на выставке реальные средства защиты и приборы, предназначенные для спасения людей в зонах техногенных катастроф и радиоактивного заражения.

Концептуальная идея погружения зрителей в особую виртуальную среду, создающую атмосферу чернобыльской зоны, на мой взгляд, заставит почувствовать произошедшее не посторонним взглядом, а пропустить события этой катастрофы через себя и, таким образом, до конца понять и осознать ее последствия. С другой стороны, представленные документы на этой выставке могут прояснить те мифы и легенды, которыми уже успело обрасти это событие.

Пространство выставки по своей структуре разделено на *три зоны*. Рассмотрим и проанализируем их функции.

Зал экспонатов и спецодежды. Здесь зритель попадает в слабоосвещенное помещение, пол, стены и потолок которого имеют грубую бетонную поверхность. На полу нанесена яркая разметка с обозначениями ядерной опасности, типичными для промышленных помещений. Стальные сегменты обшивки стен приспособлены под подставки для экспонатов – противогазов, дозиметров, средств индивидуальной защиты, имеющих встроенные интерактивные мониторы, с помощью сенсорной манипуляции которых посетитель может самостоятельно услышать информацию и увидеть устройство каждого экспоната. Экспонируемые предметы имеют точечное освещение.

Центр зала заполнен двумя рядами прикрепленных к потолку стеклянных боксов, парящих над полом. В каждом боксе размещены манекены с образцами экипировки ликвидаторов аварии на ЧАЭС. В полу же имеются ниши с подсвечиваемой текстовой информацией об экспонатах. В верхней части блока, над экспозиционным залом, расположены помещения с инженерными системами, в том числе и видеонаблюдением, приспособленным для организованного включения систем имитации эффектов в момент присутствия группы посетителей в определенной выставочной зоне. Посетители перемещаются по выставочному пространству организованной группой вместе с экскурсоводом-сталкером, который, по игровому сценарию, «выжил» в катастрофе и теперь как свидетель рассказывает о произошедших событиях.

Макетный зал. После первого зала посетители переходят в следующую зону – в пространство блока без деления на этажи. Этот блок является переходным помещением с лестницей, ведущей в кинотеатр. В специальных нишах, покрытых толстым стеклом, предназначенных для ходьбы, находятся 3D голограммы важных конструктивных узлов четвертого реактора ЧАЭС. В центре зала расположен макет атомной станции, в котором по сюжету выставочного сценария происходит имитация взрыва станции, и где люди смогут увидеть картину ядерного взрыва. Макет атомной станции расположен в круглой нише, в которой располагается и система его освещения. Все это покрыто стеклянной полусфе-

рой. По сюжетному сценарию в макетном зале гаснет свет, и зрители начинают наблюдать имитацию взрыва станции в куполе макета. После чего включается аварийный красный свет на входе в кинотеатр и через динамики макетного зала транслируются предупреждения о немедленной эвакуации – что является переходом в следующую зону – 5D кинотеатр.

5D кинотеатр расположен на втором этаже блока бункера и предназначен для просмотра документальных и художественных фильмов о ядерной катастрофе и жизни после нее. Входные двери оформлены в виде тяжелых защитных дверей, имитирующих вход в убежище.

В целом выставочное пространство проекта «Пульс Чернобыля» дает возможность каждому желающему прочувствовать биение этого пульса и задуматься о собственной ответственности за происходящее на планете.

Литература

1. Григорьев А. А. Экологические уроки прошлого и современности. Л.: Наука, 1991. 252 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ САМОДЕТЕРМИНАЦИИ ЛИЧНОСТИ С МОТИВАЦИЕЙ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА И ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТЬЮ У СТУДЕНТОВ

Е. А. Петрова

Актуальность темы исследования «Взаимосвязь самодетерминации личности с мотивацией на успех и эмоциональной компетентностью» связана прежде всего с динамичным социально-экономическим развитием общества.

В наше время возрастает потребность в специалистах, способных к самообразованию и самосовершенствованию в образовании и профессиональной деятельности. При этом они должны быть адаптивны к постоянным изменениям в сферах разработки и внедрения инновационных технологий и психологически готовы к принятию оригинальных и адекватных ситуациям решений [1].

Чтобы получить такого специалиста необходимо, чтобы он обладал не только самодетерминацией (способность принимать решения, опираясь на свои собственные нормы и ценности), мотивацией на успех, а также эмоциональной компетентностью. Последнее качество характерно не для большинства людей. Эмоциональная компетентность подразумевает под собой способность осознавать свои эмоции и эмоции другого человека, способность управлять своими эмоциями и эмоциями других людей и на этой основе строить взаимодействие с окружающими. Неэффективное управление эмоциями приводит к неврозам, нарушению

психического, соматического, физического здоровья человека и, соответственно, снижению качества деятельности и жизни индивида.

Проблема развития эмоциональной компетентности – это не только необходимость для успешной профессиональной деятельности, но это и необходимость для продуктивной жизни человека. А чтобы обладать эмоциональной компетентностью, необходимо быть самодетерминированной личностью и мотивированной на успешную деятельность.

Цель нашего исследования: установить взаимосвязь между самодетерминацией личности, мотивацией на успехи и выявить проблемные состояния личности, которые мешают достижению более высокого уровня эмоциональной компетентности.

Методики исследования:

1. Тест самодетерминации К. Шелдона.
2. Опросник А.А. Реана (МУН) «Мотивация успеха и боязнь неудачи».
3. Тест на эмоциональную компетентность М. Забурмах.

Объектом исследования являются студенты Белорусского Государственного Университета. Предметом исследования является взаимосвязь самодетерминации личности с мотивацией на успех и эмоциональная компетентность.

Гипотеза, которую мы выдвигаем: для испытуемых с высоким уровнем самодетерминации личности характерен более высокий уровень мотивации на успех и наличие проблемных состояний, мешающих достижению высокого уровня эмоциональной компетентности.

Описание выборки. Исследование проводилось на выборке студентов Белорусского Государственного Университета. Общее количество испытуемых 83 человека, из них 41 девушка и 42 юноши в возрасте от 17 до 23 лет. Самому младшему испытуемому – 17 лет, самому старшему – 23 года. Средний возраст испытуемых составляет 20,3 года. Средний возраст среди испытуемых девушек составляет 19,9 лет. Средний возраст испытуемых среди юношей составляет 20,6 лет.

Эмпирический анализ самодетерминации, мотивации и эмоциональной компетентности показал следующие результаты: изучение самодетерминации личности показало, что большинство испытуемых обладает высоким уровнем автономии – это 45 человек (54,3 %) и средним уровнем самовыражения – это 43 человека (51,8 %). Меньшинство испытуемых – 2 человека (2,4 %) обладают низким уровнем автономии и низким уровнем самовыражения – 10 человек (12 %).

Изучение уровня мотивации показало, что наибольшее количество испытуемых обладает мотивацией на успех. Это 57 человек (68,7 %). Для наименьшего количества испытуемых характерна мотивация на неудачу, а именно для 1 человека (1,2 %).

Исследование эмоциональной компетентности показало, что для большинства испытуемых характерно такое проблемное состояние как страх. Страх присутствует у 29 человек (34,9 %). Для меньшинства испытуемых характерны такие проблемные состояния как: неуверенность – 7 человек (8,5 %); отвлекающие мысли о прошлом либо о будущем – также 7 человек (8,5 %); одиночество характерно для 7 человек (8,5 %).

Для статистической обработки данных был выбран коэффициент ранговой корреляции Спирмена и U – критерий Манна – Уитни.

Полученные результаты свидетельствуют о наличии статистически значимой умеренной прямой зависимости между автономией и самовыражением. Т. к. $p = 0,001 < 0,05$, то существует статистически значимая зависимость между автономией и самовыражением. А так как $R = 0,54$, а это > 0 , то зависимость прямая, это означает, что чем выше автономия личности, тем выше самовыражение личности.

Также в ходе исследования была выявлена прямая взаимосвязь между самовыражением и мотивацией. Результаты свидетельствуют о наличии статистически значимой слабой прямой зависимости между самовыражением и мотивацией. Т. к. $p = 0,01, < 0,05$, то существует статистически значимая зависимость между самовыражением и мотивацией. А так как $R = 0,25$, а это > 0 , то зависимость прямая. Это значит, что чем выше самовыражение (самодетерминация личности), тем выше мотивация личности.

Таким образом, в ходе проведения исследования мы выявили взаимосвязь между автономией и самовыражением (самодетерминация), самовыражением (самодетерминация) и мотивацией. Переменные, а именно самодетерминация и мотивация взаимосвязаны, что подтверждает первую часть нашей гипотезы о том, что для испытуемых с высоким уровнем самодетерминации личности характерен более высокий уровень мотивации (мотивация на успех), чем для испытуемых с низким уровнем мотивации или мотивации, направленной на неудачу.

Для выявления различий в уровне выраженности компонентов самодетерминации у испытуемых с разной эмоциональной компетентностью мы использовали U – критерий Манна-Уитни.

Значения, полученные при расчете U-критерия Мана-Уитни, позволяют сделать вывод о наличии статистически значимых различий в автономии у людей с отвлекающими мыслями и с отсутствием отвлекающих мыслей.

Исходя из анализа полученных данных, можно сказать, что существует статистически значимые различия в выраженности автономии у людей с отвлекающими мыслями и без отвлекающих мыслей (т.к. $p\text{-level} < 0,05$), причем значение ранговых сумм в двух группах указывает

на то, что люди, у которых присутствуют отвлекающие мысли являются более автономными, это означает, что люди, которых отвлекают постоянные мысли о прошлом либо будущем стремятся быть внутренне зависимыми только от себя, быть свободными и независимыми в принятии решений. Можно предположить, что это связано с тем, что, например, человек, который живет постоянными мыслями о будущем и у него есть определённая цель, то он стремится к достижению этой цели и идет к ее выполнению путем автономии, для него характерна независимость в принятии решений и всю ответственность, в достижении цели, он берет на себя.

Значения, полученные при расчете U-критерия Мана-Уитни, также позволяют сделать вывод о наличии статистически значимых различий в самовыражении у людей с наличием такого проблемного состояния, как одиночество, и без него. Значение ранговых сумм в двух группах указывает на то, что у одиноких людей более высокий уровень самовыражения, это означает, что у таких людей ярко выражено желание и стремление выразить другим свои внутренние чувства, убеждения, установки, отреагирование этих чувств вовне. Можно предположить, что это связано с тем, что таким образом одинокие люди компенсируют недостаток общения.

А также значения, полученные при расчете U-критерия Мана-Уитни, позволяют сделать вывод о наличии статистически значимых различий в уровне мотивации у людей с отсутствием такого проблемного состояния, как «чрезмерное участие в жизни других людей» и без него. Анализируя полученные данные, можно сказать, что значение ранговых сумм в двух группах указывает на то, что у людей, которые чрезмерно принимают участие в жизни других людей более высокая мотивация. Мотивация – это потребность конкретного индивида добиваться успеха и избегания неудачи. Можно предположить, что связано это с тем, что люди, которые принимают чрезмерное участие в жизни других людей более мотивированны на успех и, таким образом, они пытаются помочь всем с положительным исходом, то есть избежать неудач, для таких людей характерно такое качество как альтруизм – мотив оказания кому-либо помощи, не связанный сознательно с собственными эгоистическими интересами.

Можно сделать следующие выводы:

Изучение самодетерминации личности показало, что большинство испытуемых обладает высоким уровнем автономии – это 45 человек (54,3 %) и средним уровнем самовыражения – это 43 человека (51,8 %). Меньшинство испытуемых – 2 человека (2,4 %) обладают низким уровнем автономии и низким уровнем самовыражения – 10 человек (12 %).

Изучение уровня мотивации показало, что наибольшее количество испытуемых обладает мотивацией на успех. Это 57 человек (68,7 %).

Для наименьшего количества испытуемых характерна мотивация на неудачу, а именно для 1 человека (1,2 %).

Исследование эмоциональной компетентности показало, что для большинства испытуемых характерно такое проблемное состояние как страх. Страх присутствует у 29 человек (34,9 %). Для меньшинства испытуемых характерны такие проблемные состояния как: неуверенность – 7 человек (8,5 %); отвлекающие мысли о прошлом либо о будущем – также 7 человек (8,5 %); одиночество характерно для 7 человек (8,5 %).

В результате эмпирического исследования взаимосвязи самодетерминации и мотивации достижений было установлено, что чем больше выражен такой компонент самодетерминации личности, как самовыражение, тем выше уровень мотивации достижения личности ($R = 0,25$ при $p = 0,01$).

В ходе исследования, было установлено также, что люди с отвлекающими мыслями являются более автономными (автономия – составляющая самодетерминации личности) ($p = 0,039$), у одиноких людей более высокий уровень самовыражения ($p = 0,001$), у людей, которые чрезмерно принимают участие в жизни других более высокий уровень мотивации достижения ($p = 0,02$).

По результатам нашего эмпирического исследования подтвердилась наша гипотеза о том, что для испытуемых с высоким уровнем самодетерминации личности характерен более высокий уровень мотивации на успех и наличие проблемных состояний, мешающих достижению высокого уровня эмоциональной компетентности.

Литература

1. *Балымова И. В.* Самодетерминация становления субъекта научно-исследовательской деятельности в вузовском обучении. / И.В.Балымова// Самодетерминация становления субъекта научно-исследовательской деятельности в вузовском обучении темадиссертации и автореферата по ВАК 19.00.01.

ИСЛАМОФОБИЯ И АНТИМУСУЛЬМАНСКИЕ НАСТРОЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ НИДЕРЛАНДАХ

Т. А. Працкевич

Толерантность и либеральность являлись основополагающими ценностями нидерландского общества на протяжении всей длительной истории страны. Со времен основания нидерландского государства она считалась островком религиозной свободы в Европе, где представители разных конфессий могли без дискриминации оставаться верными своему вероисповеданию и продолжать следовать своим религиозным практикам. Однако в XX в. Нидерланды, как и многие другие западноевропейские государства, столкнулись с достаточно резким изменением внутри-

государственной культурной ситуации и, соответственно, с проблемой переосмысления привычных ценностей общежития внутри мультикультурного нидерландского общества.

Вице-премьер Нидерландов Максим Верхаген, как и некоторые другие европейские государственные лидеры, заявил о глубоком кризисе построения гармоничных межэтнических взаимоотношений внутри страны, славящейся своей мультикультурностью и толерантностью.

Кризис мультикультурных Нидерландов берет свое начало в конце 1950-х гг., когда на землю этой страны ступил новый тип иммигранта – «гастарбайтер». Как и в других странах Западной Европы, приток неквалифицированной рабочей силы в страну был обусловлен послевоенным развитием нидерландской экономики. Начиная с 1961 г., правительство привлекло в Нидерланды большое количество иностранных рабочих, преимущественно из Турции и Марокко. Эти иммигранты прибывали в основном из бедных традиционалистских регионов и получали временный вид на жительство в стране, культура и образ жизни которой были им совершенно чуждыми. Однако с течением времени иммигрировавшие в страну рабочие становились более или менее постоянной частью нидерландского общества, тем более что правительство оказало содействие и в переселении их семей в Нидерланды.

С течением времени иммигрантское население значительно пополнилось за счет беженцев, которые покидали свои родные страны и переселялись в Нидерланды в поисках лучшей жизни. В итоге государство оказалось перед лицом значительного увеличения доли неевропейского населения и, в первую очередь, мусульманской общины. Если в первой половине XX в. в Нидерландах практически не было мусульман, а в 1960-е годы их насчитывалось чуть более тысячи, то в настоящее время на территории этого небольшого европейского государства проживает около миллиона людей, исповедующих ислам. Однако, несмотря на открытость нидерландского общества мусульманским иммигрантам и традиционную толерантность по отношению к этническим и религиозным различиям и уважение к традициям культурных меньшинств, именно Нидерланды стали местом наиболее крупных скандалов, связанных с нарастающей в Западной Европе исламофобией и ее трагическими последствиями.

Значительное увеличение доли мусульманского населения на территории Нидерландов на протяжении последних десятилетий привело к процессам, общим для многих западноевропейских государств. Изначально направленная на интеграцию в европейское общество многочисленная мусульманская община в силу несовершенства внутригосударственной культурной политики стала во многом сегрегированным мень-

шинством внутри христианского большинства. Однако если в других европейских странах тема кризиса мультикультурализма и проблемы интеграции мусульманских и других этнорелигиозных меньшинств стала публично обсуждаться сравнительно недавно, то в свободолюбивых и либеральных Нидерландах категоричные антиисламские заявления стали причиной громких межрелигиозных конфликтов намного раньше.

Черода событий, положивших начало нарастанию антимусульманских настроений и ответного религиозного экстремизма в Нидерландах, была вызвана деятельностью партии «Жизнеспособные Нидерланды» и, в частности, ее руководителя Пима Фортайна, который еще в 1997 г. опубликовал книгу «Против исламизации нашей культуры». Основу как книги, так и политической деятельности Фортайна составляли категоричные антиисламские взгляды. Он рассматривал ислам как религиозную доктрину, несущую угрозу современной европейской и в целом христианской цивилизации. Причиной же этой угрозы, в первую очередь, выступала практически неконтролируемая иммиграция мусульман на территорию Европы и в Нидерланды, в частности, на протяжении последних десятилетий. Фортайн много внимания уделял анализу причин мусульманской миграции, отмечая, что стремление к комфорту и экономическому благополучию, а не политические преследования или невозможность достойной жизни приводят мусульман на территорию Нидерландов. При этом достижение определенного уровня социально-экономического комфорта в среде мусульманского населения не сопровождается приобщением к культурным и нравственным нормам, принятым в нидерландском обществе. Как и во Франции, Фортайном особое внимание уделялось противоречиям между традиционным исламом и европейской базовой ценностью равенства полов.

Активная антиисламская деятельность Пима Фортайна привела в мае 2002 г. к его убийству исламским экстремистом, что стало причиной нарастания этнической нетерпимости и открытых проявлений исламофобии в Нидерландах. За смертью политика в ноябре 2004 г. последовало убийство его друга, кинорежиссера Тео ван Гога, посвятившего памяти Фортайна свой фильм «Покорность». Именно за этот десятиминутный фильм ван Гог и был убит исламистом на улице Амстердама. Убийца кинорежиссера посчитал снятый фильм открытым оскорблением ислама и религиозных чувств мусульман со стороны европейцев в лице Тео ван Гога.

Следует отметить, что фильм, раскрывающий тему угнетения и насилия над женщиной в мусульманском обществе, был снят по сценарию вовсе не европейца, а чернокожей беженки из Сомали Аяан Хирси, которая публично отказалась от ислама и стала яростным борцом против исламизма на уровне парламента Нидерландов. В августе 2002 г. она

опубликовала книгу «Фабрика сыновей», которая впоследствии и была положена в основу скандального фильма. В этой книге Хирси подвергла критике традиционные исламские взгляды на место женщины в семье и в обществе, основываясь на собственном жизненном опыте. Более того, критике со стороны автора подвергся и ислам как таковой за несоответствие его религиозных догматов нормам современной нравственности в их европейском понимании. Несмотря на убийство Тео ван Гога и многочисленные угрозы в адрес Хирси, она планирует снять продолжение антиисламской киноленты, посвятив его противостоянию исламскому терроризму в Западной Европе.

Ситуация, сложившаяся в Нидерландах, со всей ясностью демонстрирует взаимообусловленность комплекса межэтнических и межрелигиозных проблем: факт присутствия в стране иммигрантского мусульманского населения вызывает категоричную антиисламскую деятельность некоторых нидерландских политиков правого крыла, что провоцирует нарастание возмущения в среде мусульманской общины. Вполне естественно в такой напряженной ситуации, что среди многочисленной мусульманской диаспоры находятся те люди, которые готовы к отстаиванию своей религиозной идентичности, в том числе в радикальных и экстремистских проявлениях. Действия же единичных представителей миллионной мусульманской общины дают дополнительные основания для антиисламской пропаганды и разжигания антимусульманских настроений среди нидерландского населения. Еще больше исламофобию подогревает привлечение внимания к противоречивым реалиям традиционного ислама, далеко отстоящим от привычной европейской действительности. В итоге круг взаимных страхов и предубеждений замыкается и подогревается опытными политиками, ставящими во главу угла не преодоление межэтнических и межрелигиозных противоречий в стране, а собственный политический рейтинг за их счет.

К числу таких политиков, безусловно, можно отнести Геерта Вилдерса, создателя еще одной крайне противоречивой антиисламской ленты в истории Нидерландов. Фильм под названием «Фитна» был размещен в интернете 27 марта 2008 г. на голландском и английском языках и удален уже на следующий день. Однако за это короткое время он в значительной мере поспособствовал нарастанию исламофобских настроений среди европейского населения Нидерландов.

«Фитна» представляет собой подборку фрагментов сур Корана с красочной иллюстрацией того, как то, что прописано в священной для мусульман книге, реализуется на практике исламскими государствами и организациями, и, очевидно, ставит своей целью показать экстремистский характер ислама и его опасность для современного европейского

общества. В то же время при чуть более детальном рассмотрении фильма Вилдерса становится очевидным его открыто пропагандистский характер и спекулирование текстом Корана. Геерт Вилдерс своим фильмом стремился спроецировать экстремистские и фундаменталистские проявления в мусульманском мире на ислам в целом и на мусульманскую общину в Нидерландах в частности, подкрепив свою позицию священным текстом, якобы открыто призывающим к агрессии.

С демонстрацией этого фильма проблема исламофобии в Европе вышла за ее пределы, поскольку фильм вызвал незамедлительную реакцию со стороны мусульман из разных концов планеты. Более того, с критикой антиисламской пропаганды в фильме выступил также и генеральный секретарь Организации Объединенных Наций Пан Ги Мун. В то же время Геерт Вилдерс продолжает выступать с резкой критикой ислама и предложениями запретить мусульманскую иммиграцию в страну.

Несмотря на очевидную категоричность позиции Геерта Вилдерса, его антиисламская политическая активность находит поддержку не только среди граждан Нидерландов, но и в других западноевропейских странах, где значительный процент населения составляют мусульмане. Тем не менее, принимая во внимание все события, произошедшие в Нидерландах, возможно именно в этом государстве, основой которого на протяжении всей истории были толерантность и либеральность, правительству придется приложить больше усилий, чтобы справиться с возникшими глубокими межрелигиозными противоречиями и вернуть Нидерландам прежний имидж гармоничного мультикультурного государства.

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ

И. А. Романовская

Исследование ключевых оснований культуры и человеческой деятельности – одна из важнейших проблем культурологии. Выявление особенных, присущих только данной культуре основ человеческого бытия, индивидуальных смыслов культуры позволяет глубже понять генезис и функционирование культуры и ее форм, что способствует установлению широких межкультурных контактов и диалога.

Национальная культура представляет собой синтез вечного и исторически преходящего. Это сложный, многомерный, почти не поддающийся сколько-нибудь четкому определению комплекс представлений, убеждений, верований народа (отраженных в его религии, философии, языке), который дает смысл национальному существованию и очерчивает важнейшие духовные идеалы, включающие представления о Совершенной Жизни и Совершенном Человеке. Набор таких важных для каждой

культуры элементов и представлений является индивидуальным и неповторимым и выражается он емким понятием – ценность.

Для определения понятия «ценность» мы опирались на концепции знаменитых культурологов и антропологов Г. Риккерта, А. Крёбера, К. Клакхона, Д. Грэбера, Р. Бенедикт и др. Под «ценностью» мы понимаем духовную цель, жизненную практическую установку, выражающую живой нерв культуры, ее смысловое ядро, отражающая динамику культуры, как представил свою теорию ценности Г. Риккерт. Ценность представляет собой сгусток культурной энергии; синтез взглядов, идей, традиций, характерных для той или иной культуры и составляющих ее уникальность и индивидуальность. При таком подходе к определению понятия «ценность» сущностные характеристики последней выступают синонимом другого культурологического понятия – «паттерна» культуры (или теории «gifts», предложенной Ф. Купером). В нашей работе мы не проводили резкой грани между этими понятиями, делая акцент на том, что ценность может выступать «содержанием» ячеек культурной матрицы, а значит, по своему «звучанию» ценность чаще всего соответствует паттерну.

В ходе нашего исследования были выделены три ключевых ценности, составляющих основу североамериканской культуры, делающих ее узнаваемой для субъектов других культур – это индивидуализм, утопичность и феномен «потери корней».

Следует отметить, что все эти ценности были выработаны североамериканской культурой в ходе исторических условий ее формирования. Суровые условия жизни первых переселенцев-фермеров требовали от них личной ответственности и надежды, в основном, исключительно на свои силы, что не могло не сказаться на развитии в сознании американцев такой черты как индивидуализм, причем его нельзя грубо отождествлять с эгоизмом. Американский индивидуализм тесно связан с коллективизмом и требует от носителей этой культуры не оставаться равнодушными к проблемам других людей и стараться оказывать максимум, а не минимум возможной помощи.

Первые переселенцы были вдохновлены непоколебимой верой в возможность построения Града на Холме и видели в американском континенте возможность реализации своей утопической идеи. Что впоследствии привело к укоренению в сознании последующих поколений такого качества, как утопичность. Благоприятным для этого оказался и феномен «фронтيرا», предоставляющий условия для формирования североамериканской культуры как культуры «на границе», вбирающей в свой ментальный депозитарий лучшие наработки «пограничных» культур. Яркой демонстрацией утопичности американской культуры является ее

главная национальная идея – American Dream. Американская мечта наряду с индивидуализмом и утопичностью может быть обозначена как ключевая ценность североамериканской культуры, но вместе с тем она может успешно выступать как синтез этих ценностей. Сущность Американской мечты представляет собой стремление американцев к счастью благодаря своей добродетели, честному каждодневному труду, природным способностям и постоянной работе над самим собой.

Решительный разрыв будущих американцев со своей родиной – Старой Европой – и всеми традициями и предрассудками, присущими ей, также в полной мере отразился на своеобразном дистанционном отношении американцев к прошлому. Но такое отношение к прошлому заставляет самих американцев усматривать в этом большую проблему – потерю корней, ярко продемонстрированную в произведении Дж. Стейнбека «Путешествие с Чарли в поисках Америки» и подтвержденную французским постмодернистом Ж. Бодрийяром в его эссе «Америка».

Однако следует заметить, что современная культурология акцентирует свое внимание на роли базовых ценностей культуры в процессе формирования национально-культурной идентичности. Ведь в современном динамично развивающемся мире поиски ценностных оснований национально-культурной идентичности на определенном этапе развития культуры становятся важным фактором не только в процессе ее самопознания, но и в ходе выстраивания ею межкультурного диалога. С другой стороны, можно утверждать, что тесные межкультурные контакты неизбежно приводят к постановке проблемы национальной идентичности. Приоритет культурного общенационального самосознания особенно важен для страны, которую принято называть «плавильным тиглем народов». Важно помнить, что понятие национально-культурной идентичности всегда возвращается на почву базовых культурных ценностей.

Необходимо отметить, что, понимая идентичность как некий продукт самоидентификации, характеризующейся осознанием того, что каждый человек обладает особыми качествами, отличающими всех людей друг от друга, и говоря о понятии национальной идентичности, ученые не упускали также культурного фактора. Это в свою очередь дает возможность расширить понятие национальной идентичности до масштабов национально-культурной идентичности. По мнению американского антрополога Сары Сонг, именно культурная составляющая в большей мере определяет идентичность, так как, даже живя на разной территории и говоря на разных языках, представители одной культуры и носители общей культурной памяти будут идентифицировать себя схожим образом.

При выявлении ключевых оснований североамериканской национально-культурной идентичности были выделены следующие характеристики. Американская идентичность имеет не расовый, не территориальный и даже не языковой, а скорее национально-культурный характер. Поскольку, будучи страной иммигрантов, «плавильным тиглем народов», как еще часто называют Соединенные Штаты, сложно, а в случае Америки просто невозможно, идентифицировать себя с какой-то определенной расой, территорией, цветом кожи и даже языком. Также важными основаниями американской идентичности является «роман с природой», внимание к красоте и уникальности американской природы, стремление запечатлеть эту неповторимую красоту. Безусловно, одним из ключевых оснований североамериканской идентичности является некая «неисторичность» этой культуры, для данного культурного поля характерен феномен «потери корней», что вместе с тем парадоксальным образом сочетается с острой привязанностью и любовью к своей стране.

Американская культура находится в состоянии постоянного продуцирования оснований своей идентичности, не забывая, тем не менее, и об исторически ей присущих. Напротив, она даже стремится придать своей национально-культурной идентичности материальную форму, воплощая ее в образах-символах – американском флаге, Статуе Свободы, супергероях из комиксов и многих других символах.

Можно отметить, что звездно-полосатая символика американского флага имеет витальное значение в вопросах формирования и дальнейшего успешного функционирования североамериканской национально-культурной идентичности. В данном случае флаг выступает уже не только как неотъемлемая государственная атрибутика, но еще и как значительная скрепа в вопросах национального единения, патриотизма и укрепления идентичности.

Учитывая исключительную важность символики «звезд и полос» для американского сознания, тенденция наделения американских супергероев одеждой и атрибутикой, стилизованной под цвета американского флага, является вполне предсказуемой и закономерной. В свою очередь, комиксы являются одним из лидирующих факторов формирования североамериканской национально-культурной идентичности. Джейсон Дитмер подчеркивает, что такие явления популярной культуры как комиксы в современном динамично развивающемся обществе США играют роль социализирующего компонента ввиду их доступности самым разным слоям населения и, что особенно важно – самым разным возрастными категориям. Дети с раннего возраста усваивают из комиксов исключительность и почетность их принадлежности к нации Капитана

Америки. И эта позитивная доминанта комиксов стоит всех, возможно, иногда негативных последствий своего влияния на детские умы.

Не менее значимым символом североамериканской национально-культурной идентичности является монументальный образ Статуи Свободы. Lady Liberty вбирает в себя коннотации нежной и доброй Матери-защитницы, Матери всех обездоленных, иммигрантов и всех американцев. Ее «авторитет» настолько велик в культуре США, что интерпретации данного образа и его символического прочтения многомерны и безграничны. Образ Lady Liberty активно использовался в плакатном искусстве периода Первой и Второй Мировых войн и по сей день продолжает активно применяться в агитационных целях. Образ Статуи Свободы также широко освещался и в кино для выражения высшего блага и добродетели, а нанесение ущерба национальному символу в фильмах-катастрофах понималось как крайняя форма апокалипсиса.

Изучение базовых ценностей той или иной культуры позволяет глубже понять особенности и морально-волевые установки изучаемой культуры, что помогает предугадать поведение субъектов культуры и наладить конструктивный мирный диалог.

ПРОБЛЕМА СИНТАКСИЧЕСКОЙ ОМОНИМИИ В СИСТЕМАХ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА

Е. В. Титова

Сегодня машинный перевод испытывает ряд проблем, одной из которых является разрешение омонимии на разных уровнях. К сожалению, не всегда мы можем говорить о том, что некий текст А является переводом текста Б. Очевидно, что переводом результат данного процесса назвать можно только тогда, когда оба текста имеют одинаковый смысл. Как раз в передаче правильного смысла и состоит задача любого переводчика и системы машинного перевода. Стоит отметить, что подлинный смысл исходного высказывания, текста заранее и точно известен лишь самому человеку, который производит этот текст. Машина (и даже человек) не всегда может понять то, о чем говорится в исходном тексте. Отсюда и возникают проблемы двусмысленности при машинном переводе.

При переводе текста на другой язык алгоритм системы должен пройти несколько этапов: распознать лексическое, морфологическое, синтаксическое и семантическое содержание входного текста. Преобразование синтаксических конструкций входного текста в эквивалентные им конструкции выходного текста на другом языке осуществляется с помощью набора синтаксических правил, то есть правил связи и отношений членов высказывания [1, с. 669–679].

Итак, главной проблемой машинного перевода является снятие неоднозначности (в нашем случае будем говорить о синтаксической неоднозначности высказывания). Рассмотрим данную проблему на примере предложения: *She made a general notice that she was right*. Данное предложение синтаксически неоднозначно, так как оно имеет 3 варианта синтаксической структуры, соответственно, переводчик может перевести его по-разному. В первом случае перевод будет звучать так: *Она сделала общее уведомление, что она была права*. Во втором случае переводчик переведет данное высказывание следующим образом: *Она заставила одного генерала заметить, что она была права*. А в третьем случае перевод звучит так: *Она сделала генералу уведомление, что она была права*.

При переводе с русского языка этих трех вариантов предложения проблемы не возникнет просто потому, что в английском варианте эти три предложения соответствуют одному английскому. Соответственно, теоретически система машинного перевода при переводе данного английского предложения на русский язык может выдать любой из приведенных выше вариантов перевода. Таким образом, при переводе данного предложения с английского на русский язык вероятность того, что компьютер выведет правильное по смыслу с точки зрения пользователя предложение, будет равна 33 %. Практика же показывает, что, вероятнее всего, наиболее частым является первый вариант перевода, поскольку переводчик Google (система статистического машинного перевода) выдает лишь его и тем самым создает проблему для пользователя в том случае, если вариант перевода был выдан неверно. Хотя два последних варианта перевода звучат в некоторой степени неправдоподобно, они не исключены и, вероятно, могут использоваться в беседе или тексте на военную и другие тематики. Исходя из данного опыта, можно сделать вывод о том, что для разработчиков систем машинного перевода важным является учет наиболее вероятных разборов входного текста.

В некоторых случаях проблема снятия синтаксической омонимии является неразрешимой задачей. Здесь системе машинного перевода остается лишь «догадываться» о подлинном смысле высказывания, выбирая случайным образом вариант разбора предложения из всех предложенных вариантов. Но как отмечалось выше, вероятность правильного исхода довольно мала.

Сегодня в некоторых системах машинного перевода, например, в онлайн-системе Google переводчик (translate.google.com), проблема снятия омонимии решается путем предоставления пользователю нескольких вариантов перевода того или иного словосочетания или слова. Однако данная проблема решается пока только на уровне лексики. Система выдает лишь один вариант перевода с точки зрения синтаксиса. Таким об-

разом, проблему синтаксической неоднозначности можно было бы частично решить, если бы переводчик выдавал несколько вариантов синтаксических структур введенного предложения. Это дает пользователю право выбора верного варианта перевода в соответствии с контекстом всего текста.

Еще одним способом снятия омонимии является использование знаний о мире. Как показывает практика, использование знаний о мире в системах обработки текста просто необходимо, ведь иначе вариант перевода может походить на некий юмористический рассказ [2]. Если в систему машинного перевода поступит предложение: *Ваня видел их семью своими глазами* [3], то для машины на сегодняшний день разобраться, *кого и как Ваня видел*, будет непосильной задачей, если машина не использует знания о мире. Для человека разобраться в синтаксической структуре данного предложения не составит ни малейшего труда, ведь человек располагает знанием, что у всех людей по два глаза, но никак не семь. Поэтому для разрешения подобной проблемы в системы машинного перевода и другие системы обработки текстов на естественном языке следует включать также, помимо морфологии и правил синтаксиса, семантические словари и словари с моделями управления, ведь синтаксис и семантика неразрывно связаны [4].

На сегодняшний день ведущими системами машинного перевода можно назвать Trados и систему, разработанную компанией PROMT. PROMT зарекомендовал себя как успешный разработчик систем rule-based machine translation (RBMT) и translation memory (TM). Технология PROMT RBMT представляет собой систему по типу Transfer и основана исключительно на собственных лингвистических разработках компании PROMT, которые ведутся уже более двадцати лет. Система по типу Transfer ориентирована на пару языков: входной и выходной [5]. Особенностью данной системы является то, что при переводе пользователь может, в первую очередь, задать нужную тематику перевода (бизнес, компьютеры, кулинария и прочие тематики), которая также помогает в некоторых случаях разрешить омонимию [6]. А также пользователь может задать определенный перевод некоторых синтаксических конструкций, таким образом, решив проблему синтаксической омонимии. Наиболее важным при работе с данной системой перевода является то, что набор установленных пользователем настроек перевода сохраняется в *Профилях перевода*. Таким образом, пользователь для определенного типа текста может задать свои настройки, и в дальнейшем ему не нужно будет заново настраивать систему.

ВЫВОДЫ

На сегодняшний день проблема синтаксической омонимии достаточно актуальна в практике разработки систем автоматической обработки текстов.

В ходе исследования была проанализирована работа синтаксического анализатора в системах обработки текста, а также найдены основные способы снятия омонимии на синтаксическом уровне. При разрешении синтаксической омонимии нужно прибегать к использованию семантического словаря, ведь семантика и синтаксис неразрывно связаны между собой.

Литература

1. *Иомдин Л. Л., Лобанов Б. М., Гецевич Ю. С.* Говорящий «ЭТАП». Опыт использования синтаксического анализатора системы ЭТАП в русском речевом синтезе // Международная конференция по компьютерной лингвистике и интеллектуальным технологиям «Диалог'2011». М.: Изд-во РГГУ, 2011. Вып. 10(17). С. 669–679.
2. Автоматическая обработка текста // АОТ [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.aot.ru>.
3. Live Journal // Блог//Лингвистика// Когда бокал упал на пол, он разбился [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://fbmk.livejournal.com/368440.html>.
4. Материалы международной конференции по компьютерной лингвистике // Диалог 2008, 2013 [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://forum.dialog-21.ru/actualforum.aspx>.
5. Разработка решений для автоматизированного перевода // PROMT. Технологии компании PROMT [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.promt.ru/company/technology/promt/>.
6. *Julia A. Jepifantseva.* Interactive management of translation algorithms in MT systems // PROject MT, Russia [Electronic resource]. 2012. Mode of access: www.promt.ru/company/technology/articles/epifantseva_rus.rtf.

PRINCIPLE ASPECTS OF THE ACTIVITIES OF POLITICAL PARTIES IN AUSTRALIA

A. Tretyak, G. Tivanova

Politics is an essential part of people's life. It influences every aspect of nowadays society. Economics and culture, social life and personal problems of each human, education and healthcare, everything depends on the current politics established in the country.

Australia is a unique country. It is a really interesting object for investigation. Although Australia is separated from the other continents, its political system has much in common with the political systems of some other countries. But at the same time it has its own peculiarities. Political parties reflect the whole variety of people's beliefs and desires.

Australia has a complicated system of political parties which are divided into three big groups: major, minor and micro parties. Nevertheless, only two political parties have a serious chance of forming government in Australia. They are: Australian Labour party and Liberal/National Coalition. Both major parties believe in social democracy. The Australian Labor Party (ALP) is Australia's oldest political party. The Australian Labor Party has been traditionally seen as "centre-left" and has historic ties with the union movement. The party competes against the Liberal or National Coalition. The Coalition is an alliance between the urban-based Liberal Party and the rural-based National Party. These two parties have been traditionally seen as "conservative" or "centre-right" and have historic ties with the business and farming communities.

The Australian Democrats, the Greens and Family First represent minor parties in Australia. The Australian Democrats is originally a centrist party but drifted to the left over time. The Greens have become the third force in Australian politics, they are the most left-wing party in parliament and promote social freedoms and government intervention in the economy. Family First combines social conservatism with economic centrism and generally supports the Coalition.

Australia has about a dozen other political parties: Christian Democrats, One Nation, The Shooters, Fishers Party, Democratic Labour Party, Fishing & Lifestyle Party, Socialist Alliance, Socialist Equality Party, Liberal Democratic Party, Carers Alliance, Sex Party.

Voting in Australian federal and state elections is compulsory, that is why the turnout has much increased, comparing with previous times, when the elections were not necessary for everyone. At the 1922 federal election the low voter turnout was observed – 59,38 %. The 1925 federal election was the first to be held under compulsory voting; the turnout figure climbed to 91,4 %, an increase of 32 percentage points on the previous election. At the last elections of 2010 the turnout was 93,21 %.

The House of Representatives has 150 members, elected for a three-year term in proportional single-member constituencies with a system of alternative vote known as preferential voting. The senators from major and minor parties have places in House of Representatives. According to the results of the elections of 2010 Major parties have 144 senators in the House of Representatives and Minor parties only 6 of them.

The Major parties, Australian Labour Party and the coalition of Liberal and National parties, reveal the opinion of vast majority of the citizens. They have overwhelming majority of votes and it is very difficult for other parties to win representation in the House of Representatives, let alone form the government. The results of the election for the last 4 decades demonstrate the leading role of the major parties: 2010 – ALP – 37,99 %, The Coalition – 43,32 %,

minor parties – 11,76 %; 2004 – ALP – 37,69 %, The Coalition – 46,7 %, minor parties – 10,39 %; 1993 – ALP – 44,92 %, The Coalition – 44,27% , minor parties – 5,61 %; 1983 – ALP – 49,48 %, The Coalition – 43,57 %, minor parties – 5,03 %. Between major parties two-party-preferred vote (TPP) is held. The TPP is an indicator of how much swing is required to change the result, so as the swing is very small and it can be proved by the following data: 2010 – ALP – 50,12 %, the Coalition – 49,88 %, swing – 0,24 % 2004 – ALP – 47,26 %, the Coalition – 52,74 %, swing – 5, 48 %; 1993 – ALP – 51,44 %, the Coalition – 48,56 % , swing – 2,88 % ; 1983 – ALP – 53,23 %, the Coalition – 46,77 %, swing – 6,46 %.

All the facts are in favour of the belief that in spite of a great variety of parties in the country, the power is concentrated at hands of one or two main parties, which are formed through the centuries and satisfy the demands of the vast majority of people, living in this country.

References

1. The Encyclopedia Americana: international addition complete in thirty volumes; Volume 2. / Danbury, Connecticut, 2003. P. 730–733.
2. The World Book Encyclopedia: Volume 1. – World Book International (World Book Inc.) / Sydney, Australia, 2001. P. 813–824.
3. Australian Politics. Political Parties [Internet Resource] / D & B Mann Webmasters. - Mode of access: <<http://www.aussieeducator.org.au/reference/government/australianpolitics.html>>.
4. Political Parties in Australia [Internet Resource] /Educational Services Australia. Mode of access: <http://www.parliament.curriculum.edu.au/pol_parties.htm>.

РАЗРАБОТКА ИГРОВОГО ДВИЖКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДСТВ HTML, CSS И JAVASCRIPT

А. С. Федоров

ВВЕДЕНИЕ

Цель данной работы – изучить и продемонстрировать возможности данных технологий в применении к сфере компьютерных игр на примере собственной разработки. Почему были выбраны именно эти средства? Сейчас вышеозначенные технологии получили большое развитие, и уже обладают функциональностью достаточной для реализации разнообразных проектов. Мое веб-приложение как раз показывает, что можно реализовать, основываясь лишь на стандартной функциональности.

СТРУКТУРА

То, что видит пользователь в браузере – HTML страница. Каждый элемент приложения представлен отдельным тегом DIV, с примененными к нему свойствами CSS. На начальном этапе страница содержит лишь DIV-элементы контейнеры, внутрь которых затем вкладываются динамически генерируемые объекты игры. Атрибут ID у тега DIV позволяет однозначно идентифицировать объекты игры.

В основном скрипте Logic.js проверяется нынешнее значение переменной состояния приложения: Меню, Игра, Выигрыш или Поражение. В зависимости от него, в html файл записываются DIV элементы с необходимыми ID, по которым, в дальнейшем и определяется их дальнейшее поведение.

Также там содержатся функции, использующиеся в игровом цикле. Игровой цикл в данном случае представляет собой функцию, вызывающуюся через короткие промежутки времени, здесь – каждые 30 миллисекунд. Через эту функцию производятся все действия, которые необходимо выполнить за этот кадр. Таким образом, мы получаем приложением, выдающее около 33-х кадров в секунду.

Также этот скрипт отвечает за отслеживание перемещения мыши и вычисления относительного перемещения курсора.

С точки зрения кода, использовался объектно-ориентированный подход к программированию. В этом плане каждый элемент является объектом, содержащим методы для самостоятельной обработки своих состояний. На данный момент представлены такие объекты как Муха – Fly.js, Полоски – Strip.js, Фон – Jam.js. А также вспомогательные – OverlapTester.js и Indicator.js.

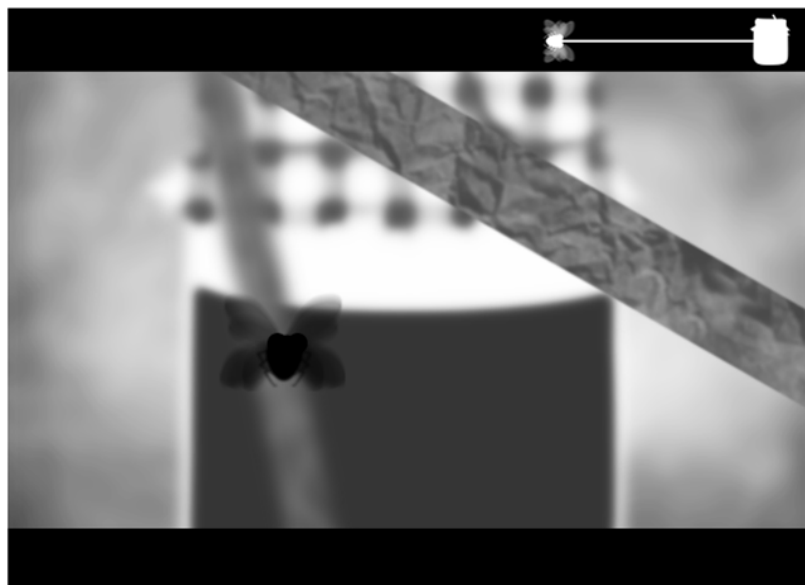


Рис. 1. Скриншот игрового процесса

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТОЛКНОВЕНИЙ

Для обозначения физических границ каждого объекта используются так называемые Bounding Box, то есть, по сути, каждый объект просто ограничен прямоугольником с нужным наклоном, для упрощения подсчета столкновений, которое сводится к определению пересечения прямоугольников.

Для этого был введен класс Vector2.js для представления точек и класс Rectangle.js для представления самих прямоугольников. Класс OverlapTester.js содержит методы для определения вхождения точки в прямоугольник, определения пересечения прямых и пересечения прямоугольников.

Хоть игра и представляет собой псевдо трехмерную, определение столкновений просчитывается в двумерном пространстве. Каждый элемент имеет свой z-index, определяющий координату объекта в глубину. Положение игрока-Мухи было принято за точку отсчета и имеет нулевую глубину, координату $Z = 0$. Двигается не игрок, а окружение вокруг него. Поэтому, исходя из специфики игры, в расчете столкновений можно брать лишь объекты, также имеющие z-index 0. То есть в каждый момент мы имеем просто плоскость в координате $Z=0$, и прямоугольники объектов, лежащие на ней в данный момент.

CSS

Эффект трехмерности был легко достигнут благодаря новым свойствам, введенным в CSS3.

Свойство Perspective позволяет задать значение перспективы в рамках одного элемента-контейнера, translate3D и rotate3D позволяют управлять положением объекта в трехмерном пространстве.

Свойство Blur используется для размытия изображения. Что применялось для создания эффекта Focus Blur. В зависимости от удаления от координаты $Z=0$, предполагаемой точки фокусировки камеры, изменялось значение размытия объектов.

Свойство Opacity отвечает за прозрачность объекта. Оно использовалось для устранения резкого появления элементов, а также для их плавного выцветания, чтобы предотвратить их наезд на камеру и закрытие обзора.

На CSS основано создание эффекта взмаха крыльев у мухи. Это реализовывалось последовательным переключением свойства видимости элементов с изображениями крыльев в разных состояниях.

Для реализации окраски индикатора использовались дублирующие объекты с изменяющейся прозрачностью.

Также CSS используется для быстрого создания анимации наведения курсора на кнопки. В CSS3 теперь большое количество свойств можно анимировать, достаточно указать время анимации и имя анимируемого свойства, в данном случае – это размер шрифта и его стиль.

КРОССБРАУЗЕРНОСТЬ

CSS3 на данный момент не является согласованным и общепринятым стандартом. Различные браузеры по-разному интерпретируют новые свойства, а некоторые свойства для работы в конкретном браузере требуют конкретного префикса в записи. Также различается общая производительность приложения.

Данная конкретная игра корректно работает пока только в Chrome.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении мы видим, что обладая лишь стандартным набором инструментов, с помощью html, css и javascript можно создать продукт достаточного для рынка уровня.

Эти технологии сейчас лишь набирают популярность. Они вытесняют технологию flash, более того, ведется работа по их активной интеграции с мобильными устройствами. Уже сейчас подобные приложения достаточно легко переносятся на такие платформы как iOS, Android, WindowsPhone.

Являясь скриптовым языком высокого уровня, javascript легко изучаем. Он не типизирован, достаточно гибок. HTML и CSS также легко поддаются освоению. Это инструменты, позволяющие больше сосредоточиться на самой логике игры, на игровом процессе, не задумываясь о низкоуровневом взаимодействии с аппаратной частью.

Отсюда, конечно, вытекает главный недостаток этих методов – невысокая производительность. В этом плане стоит отметить нововведения HTML5 – Canvas и встроенная библиотека WebGL, позволяющие оптимизировать работу с графикой.

В итоге мы имеем отличный кроссплатформенный инструмент, который уже на данный момент позволяет достаточно легко реализовывать разнообразные задачи. При этом, активно развивающийся и имеющий большие перспективы, на который возлагаются серьезные надежды по объединению многих платформ.

Литература

1. JavaScript для всех / Алексей Георгиевич Федоров – Москва; КомпьютерПресс, 1998.

2. Большая книга CSS / Дэвид Макфарланд – СПб; Питер, 2011.
3. HTML5. Для профессионалов / Хуан Диего Гоше – СПб; Питер, 2013.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЛОГАНОВ И РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Л. В. Фляменг

Реклама вездесуща, многолика, разнообразна. Она тесно связана со средствами массовой информации, которые выступают в качестве носителя конкретных рекламных текстов. Вместе с тем не следует забывать, что реклама – не только массовая, но и во многом принудительная коммуникация [1, с. 72].

В настоящее время в нашей стране возрос интерес к рекламе в связи с развивающимися международными отношениями в сфере торговли и туризма. По этой причине предоставляется актуальным не только углубленное изучение рекламных текстов, написанных на одном из наиболее распространенных международных языков – английском, но и изучения проблем, возникающих при переводе англоязычных рекламных слоганов и текстов, и поиск путей их разрешения. Кроме того, подобные исследования важны и для развития рекламной науки, и для совершенствования рекламного образования.

Перевод рекламного текста, в отличие от перевода художественной литературы, в которой переводчик обязан передать художественно-эстетические достоинства оригинала, несколько отличается по форме, языковым средствам, а также ярко выраженной коммуникативной направленностью. В процессе перевода таких текстов, переводчику приходится решать как чисто языковые проблемы, обусловленные различиями в семантической структуре и особенностями использования двух языков в процессе коммуникации, так и проблемы социолингвистической адаптации текста.

Однозначно ответить какой стратегии перевода лучше придерживаться при переводе рекламных текстов тяжело, но нужно отметить, что буквальный или дословный перевод применяется крайне редко, поскольку в рекламе важна не форма текста, а образность.

Представив, что слоган для рекламы шоколадного батончика Bounty «A taste of paradise» был бы переведен дословно – «Вкус рая» или «Райский вкус», заметим, что эти варианты не таким яркие как «Bounty – райское наслаждение». Тут переводчики удачно подобрали эмоциональное и выразительное слово «наслаждение», вместо общеупотребительного «вкус». Такие слова-усилители – неотъемлемая часть успешной рекламы.

Чаще всего при переводе рекламы, в особенности слоганов, используется вольный перевод или адаптация, поскольку важно учитывать национальные и культурные особенности аудитории. Пример адаптации в рекламе:

Слоган пива Carlsberg: «Carlsberg – probably the best lager in the world» по-русски звучит так: «Carlsberg – пожалуй, лучшее пиво в мире». В этом примере сохранена форма слогана, но слово «лагер» было заменено на «пиво», поскольку «лагер» (название, которые используют англичане для обозначения светлого пива) в нашей стране встречается довольно редко, и не каждый знает смысл данного слова.

В некоторых случаях слоган оставляют без перевода на языке оригинала. Это нужно для того, чтобы подчеркнуть иностранное происхождение и, следовательно, качество товара. Например:

«Volkswagen. Das Auto» или «Nike. Just do it».

Следует отметить, что англоязычным рекламным текстам присущи ярко выраженные особенности, знание которых может помочь в разработке стратегий перевода:

- Частое употребление побуждающих глаголов в повелительном наклонении.

Исследование английских рекламных слоганов показывает, что к наиболее часто употребляемым в императиве глаголам можно отнести следующие: buy, try, ask, get, see, feel, taste, watch, find, listen, drive, let, look, drink, do, enjoy [2, с. 27]. Например:

Relax, it's Holiday Inn – Забудь о делах в Холидэй Инн.

Анализ русских рекламных слоганов показывает примерно такое же количество повелительных глаголов. Несмотря на тот факт, что в двух языках соотношение побуждающих глаголов относительно равное, звучание таких, как «to have» или «to love / like» в русских аналогах будет не совсем адекватно. Для благозвучия и в целях исключения двусмысленности в подобных случаях переводчики предпочитают подыскивать замену в зависимости от смысла слогана:

Have a break, have a Kit-Kat – Есть перерыв, есть Кит-кат.

- Большое количество эмоционально окрашенных прилагательных и наречий.

В процессе создания и перевода рекламных текстов прилагательные и наречия используются для описания самых различных свойств рекламируемого продукта – формы, размера, качества стоимости, ощущений, которые данный продукт вызывает. В англоязычных рекламных текстах часто встречаются прилагательные, указывающие на подлинность торговой марки – genuine, authentic и original. Но более часто в англоязычной рекламе употребляется прилагательное «new» – его можно встре-

титель практически в каждом втором рекламном тексте. И при переводе его не всегда можно передать своим основным значением:

The new truth for sensitive skin: Estee Lauder invents Verite – Веритэ от Эсте Лаудер – откровение для Вашей кожи.

- Обращение к покупателю.

Переводчики англоязычной рекламы обращают внимание на особый характер употребления в рекламных слоганах личных и притяжательных местоимений. Убедительная тональность рекламного обращения (что также характерно и для текстов русской рекламы) часто строится на последовательном применении следующей коммуникативной модели: «we, our» – для обозначения рекламодателя, «you, your» – для обращения к потенциальному покупателю и «they, their» – для ссылки на возможных конкурентов [2, с. 24]. Также в обоих языках часто используются личные и притяжательные местоимения второго лица, поскольку они усиливают рекламное обращение. Например:

At Hampton, We Love Having You Here – Пока Вы находитесь в Хэмптоне, мы заботимся о Вас. (Hampton Inn).

- Использование различных стилистических приемов.

Перевод стилистических средств выразительности, несущих образный заряд рекламного текста, часто вызывает затруднения у переводчиков по причине национальных особенностей стилистических систем разных языков. Все лингвисты подчеркивают необходимость сохранения образа оригинала в переводе, справедливо считая, что, прежде всего переводчик должен стремиться воспроизвести функцию приема, а не сам прием.

Сохранить аллитерацию, больше свойственную английскому языку, в переводе довольно сложно и совсем необязательно. Но все-таки если весь текст англоязычной рекламы построен именно на этом приеме, и он несет определенную стилистическую нагрузку, то передать эту особенность имеет смысл. Если передача «звук в звук» невозможна, вместо нее можно использовать в разных комбинациях необычный ритм, порядок слов, рифмы и повторы. Например:

Tour to Turkey!!! – Выиграй ТУР в ТУРцию!!!

Передача анафоры, эпифоры или фонетического повтора не вызывает больших затруднений. Чаще всего эти приемы передаются эквивалентными или вариантными соответствиями, поскольку главная задача перевода таких стилистических средств – сохранение позиционного отношения единиц.

Know music. Know the beat – Знаешь музыку. Знаешь ритм.

Don't dream it, drive it – Не мечтай о нем, води его.

It gives you wiiings! – Ред Бул окрыляет!

Особый интерес вызывает рифма. Зарифмованные слоганы лучше откладываются в сознании потребителя, в результате чего повышается узнаваемость данного продукта на рынке товаров, однако перевести слоган-рифму с одного языка на другой, сохранив при этом все лексико-семантические нюансы оригинала и не исказив основной смысл, весьма трудно. Идеальным вариантом перевода рифмованного текста является создание нового рифмованного текста, сохраняя смысл и стиль.

Gillette – the best a man can get! – Жиллетт – лучше для мужчины нет.

Во многих случаях переводчикам удается передать языковую основу и функцию выразительных средств эквивалентом или вариантным соответствием. Иногда найти аналогичный эквивалент в системе другого языка не представляется возможным, и переводчику приходится прибегать к использованию трансформаций, таких как дифференциация и конкретизация; генерализация значений; смысловое развитие; целостное преобразование; компенсация.

Hair comes alive in our hands – Искусство пробуждать красоту волос.

Одним из самых сложных случаев перевода стилистических средств выразительности является игра слов или каламбур и здесь, как правило, не обходится без потерь. При переводе следует решить: передать содержание, отказавшись от игры слов, или же сохранить каламбур за счет замены образа. Иногда переводчикам удается сохранить игру слов в тексте:

For some the essence is to see, for others to see the essence – Для одних главное – увидеть, для других – увидеть главное.

В этом слогане пива Pilsner Urquell во втором случае слово «главное» подчеркивает особенность бренда – ориентированность на людей, которые смотрят глубже, чем другие.

Однако при переводе игры слов надо опасаться незапланированного каламбура в переводе, чтобы не получить двусмысленность.

Таким образом, можно сделать вывод, что рекламный текст – это совершенно особый вид текста, для перевода и адаптации которого переводчику придется приложить немало усилий. Выбор того или иного способа или приема перевода зависит от многих факторов: характер переводимого текста, аудитория потребителя рекламной продукции, особенности психологии переводчика, его приверженность определенной литературной традиции. Все зависит от каждого конкретного случая. Однако следует помнить, что буквальный или дословный перевод можно применять крайне редко.

Литература

1. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие. М.: КДУ, 2008. С. 116.

2. *Кафтанджиев Х.* Тексты печатной рекламы: Пер. с болг./ Под ред. М. Дымшица. М.: 1995. С. 134.

ЭТНОНАЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ В БЕЛОРУССКОМ ДИЗАЙНЕ (НА ПРИМЕРЕ УПАКОВОЧНОГО МАТЕРИАЛА)

М. И. Францева

Давно известно, что конкурентоспособность любого товара определяется совокупностью тех его свойств, которые представляют интерес для покупателя и обеспечивают удовлетворение в его потребности. Немаловажную роль в продвижении товара к покупателю играет и упаковка, в дизайнерском решении которой, как правило, отражены свойства и назначение того продукта, для которого она предназначена.

В своей статье я остановлюсь на такой актуальной для сегодняшнего дня проблеме, как использование в дизайне современной упаковки, предназначенной для потребительского товара, национальной символики и образов, связанных с культурным наследием Беларуси.

Как показывают маркетинговые исследования, использование подобных символов и образов на упаковке товара, способствует успешному его продвижению как на отечественном, так и на зарубежном рынке. Речь идет в первую очередь о продуктах питания и товарах легкой промышленности. В массовом сознании Беларусь устойчиво связывается со страной-производителем стабильно качественных, натуральных и при этом доступных по цене продуктов. Без сомнения, можно утверждать, что традиционный образный ряд, изображенный на упаковке, является своеобразным подтверждением определенного качества продукции. Так, производство продуктов питания, на упаковке которых использован образ из белорусской старины, ассоциируется с национальными рецептами их изготовления, т.е. как проверенная веками продукция, а потому внушающая к себе доверие. Применение подобных ходов является хорошей и эффективной рекламой для товара и основой для серьезной конкуренции с другими идентичными товарами, например, ближнего зарубежья.

В этой связи при обращении к национальному образу, размещенному на упаковке товара, важно осознавать, что данная продукция, особенно, если она предназначена для реализации на международном рынке, сразу начинает позиционироваться с авторитетом страны. А это уже требует особой ответственности, речь в данном случае идет о качестве товара, так как здесь речь идет об имидже уже не только конкретного производителя продукции, предприятия или фирмы, но страны в целом.

Исходя из особой роли и значения национальной символики и образов, взятых из арсенала культурного наследия страны, их использование, безусловно, должно быть разумным. Более того, необходимо отказаться от дизайна упаковок со значительным применением национальных акцентов. По крайней мере, подобную символику можно употреблять только в том случае, если это действительно качественная продукция.

Хотелось бы также обратить внимание еще на одну немаловажную проблему, связанную с национальным компонентом в дизайне упаковки. Речь пойдет о ее художественном исполнении, где не так уж и редко традиционные белорусские образы, особенно фольклорные, отличаются стереотипностью и тривиальностью исполнения. Это объясняется, во-первых, низкой культурой исполнителя, а во-вторых, отсутствием профессионального интереса к истории Беларуси, ее литературе и искусству, а потому и появляется круг уже надоевших своей стереотипностью и банальностью образов. Это поле как раз и остается незаполненным и ждет своих интересных решений. Но для этого дизайнерам надо постоянно обращаться к изучению историко-культурного наследия Беларуси, к ее народным и, шире, национальным традициям, накопленным на протяжении многих веков. Только ко всему этому надо подходить творчески, чтобы создавать яркие, инновационные и креативные образы.

Обратимся теперь к тем образцам потребительской упаковки, использующим в своем дизайне традиционные образы, которые давно существуют и хорошо известны у нас в стране.

Если зайти в любой магазин белорусской сувенирной продукции, то первое, что вам предложат продавцы в качестве традиционного сувенира – это льняные белорусские рушники, скатерти, салфетки, постельные принадлежности, одежду и аксессуары к ней изо льна. И все это представлено в красивой упаковке с белорусскими символами, чаще всего в виде народного белорусского орнамента, так как сама продукция изо льна связана в первую очередь с народной культурой.

Безусловно, самым значимым элементом упаковки нашей сувенирной продукции на сегодняшний день является все-таки белорусский орнамент. Возможно, мы не всегда обращаем внимание на многочисленные орнаментальные «цитаты» в рекламной упаковке, но именно у нас в Беларуси особенно очевидны усилия сделать орнамент неотъемлемым элементом национального самоутверждения. Сегодня в сознании белорусов орнамент прочно отождествляется не только с культурными национальными ценностями, но и с белорусской государственностью.

Национальный орнамент используется как один из компонентов в создании многих торговых марок на упаковках белорусского товара. Это связано с тем, что его образ сегодня хорошо узнаваем каждым, он имеет

чёткие национальные черты, которые в течение длительного периода передавались из поколения в поколение, что существенно в свете мгновенного узнавания и идентифицирования белорусской продукции. Так, к примеру, идея разработки упаковки пельменей «Кухня мастера» заключалась не только в размещении на ней «географического» знака – места изготовления этой продукции, но и в изображении образцов аутентичного орнамента, который несет в себе уже более широкий смысл и является знаком «вечного и непреходящего продукта».



Рис. 1. Примеры потребительской упаковки белорусской мясной продукции

Интересным приемом обращения к народным традициям для идентификации белорусской мясной продукции, используемой с той же целью – подчеркнуть ее качество – является обращение к традиционной цветовой кодификации белорусского орнамента. Основной смысл здесь заключается в градации насыщенности цвета изображения на колбасной упаковке в зависимости от «возрастания» сортности продукта. Так, колбаса высшего сорта «облечена» в белую оболочку, что должно символизировать максимальное отсутствие в ней ненатуральных ингредиентов и добавок (в белорусской народной культуре, как и у многих народов, – это цвет чистоты). Также свой цвет имеют ветчинные мясопродукты. Однако главной находкой и здесь остаются размещенные на упаковках национальные белорусские орнаменты – аналогичным образом различающиеся в зависимости от вида продукта. С точки зрения маркетинга, подобная упаковка колбас дает определенное преимущество в продвижении товара к покупателю.

Но каким бы идеальным не казалось использование традиционного орнамента и его цветовой гаммы как своеобразной маркировки качества товара, его интенсивное употребление на современной упаковке, зачастую в виде механически перенесенных узоров, а иногда, в виде мало удачной стилизации, начинает играть обратную роль. Этот мощный, идущий из самой древности, национальный символ в силу частого его использования начинается также восприниматься механически. Тем са-

мым древнейший символ белорусской культуры теряет присущие ему смыслы и свое значение.

Что касается изображения на упаковке образов, связанных с белорусской традиционной культурой, то чаще всего их можно увидеть, как бы это странно не показалось, на алкогольной продукции, часть которой является белорусскими брендами. Именно для этих брендов создается зачастую наиболее интересная в дизайнерском отношении упаковка.



Рис. 2. Упаковки белорусской ликеро-водочной продукции

К подобной упаковке также можно отнести подарочные коробки конфет кондитерских фабрик. Они словно выполняют своеобразную миссию – собранные вместе на витрине супермаркетов, они начинают исполнять роль «гида», сопровождая покупателя по историческим, природным и культурным достопримечательностям Беларуси. На конфетных коробках можно увидеть виды Троицкого предместья Минска, красивейшие уголки белорусской природы и ее заповедники, например, Беловежскую пушу. У детей особенным успехом пользуются изображения сказочных персонажей из белорусских народных сказок, воссозданных на упаковках шоколадных плиток, коробках с печеньем и т.п.

Таким образом, упаковка не только играет определенную роль в продвижении товара к покупателю, но и создает соответствующий имидж страны и даже представление о ее культурных ценностях.

Литература

1. Упаковка и тара. Проектирование, технологии, применение / Ред. кол.: Дж.Ф. Ханлон, Р.Дж. Келси, Х.Е. Форсинио. М.: Профессия, 2008.

ВНУТРЕННЯЯ КАРТИНА БОЛЕЗНИ И СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТЬ ОНКОБОЛЬНЫХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С МЕДРАБОТНИКАМИ

К. А. Фурса

Злокачественные опухоли или рак – это одно из заболеваний, которое несет в себе мощную стрессовую нагрузку. Кроме этого, отрицательные эмоции, отрешенность или отчаяние могут усугубить течение болезни. Поэтому актуальным является изучение психологической устойчивости личности при столкновении с неожиданными негативными событиями, которая помогает совладать со стрессом.

А также одной из важных психологических проблем в онкологической клинике является проблема реакции личности на болезнь. От того, как больной относится к своему заболеванию, зависит общий успех лечения. Помимо того, пациенты с онкологическим заболеванием длительно проходят лечение в больнице, они включены во взаимоотношения с медицинским персоналом, который может влиять на внутреннюю картину болезни.

Таким образом, **целью** работы является исследование особенностей внутренней картины болезни и стрессоустойчивости у онкологических больных в зависимости от их взаимоотношений с медицинским персоналом.

Объектом исследования являются личность пациента с онкологическим заболеванием и личность медицинского работника. **Предметом** исследования выступает зависимость внутренней картины болезни и стрессоустойчивости от коммуникативной толерантности, направленности в общении. **Гипотеза** исследования заключается в следующем: внутренняя картина болезни изменяется в зависимости от степени стрессоустойчивости и от взаимоотношений с медработниками.

Методики: Ленинградский опросник бехтеревского института для оценки типов психического реагирования на соматические заболевания [2], методика определения стрессоустойчивости и социальной адаптации Холмса и Раге [4], «Направленность личности в общении» Братченко [1], диагностика общей коммуникативной толерантности В.В. Бойко [3].

Исследование проводилось на базе Минского городского клинического онкологического диспансера. В исследовании принимали участие 2 группы пациентов с онкологическим заболеванием первого и второго отделений и 2 группы медицинского персонала, работающих в этих отделениях. Объем выборки онкобольных составляет 60 человек, из них 30

мужчин, 30 женщин в возрасте 39–81 год. Объем выборки медицинских работников составляет 22 женщины в возрасте 24–53 года.

Длительность заболевания у пациентов первого отделения составляет: от 0,4 месяцев до 1 года – 26 человек (13 женщин и 13 мужчин), от 1 года до 1,5 года – 4 человека (2 женщины и 2 мужчины). Длительность заболевания у пациентов второго отделения в период от 2 месяцев до 1 года – 9 человек (3 женщины и 6 мужчин) и в период от 1 года до 4,5 лет – 21 человек (12 женщин и 9 мужчин).

Стаж работы у медицинского персонала первого отделения составляет: от 4 лет до 12 лет – 3 человека, от 17 до 25 лет – 8 человек, а стаж работы у медперсонала второго отделения в период от 5 до 11 лет – 7 человек, от 19 до 23 лет – 4 человека.

Для обработки данных были использованы следующие методы математической статистики: коэффициент ранговой корреляции Спирмена для выявления взаимосвязи между переменными и U-критерий Манна-Уитни для сравнения двух выборок.

Статистически значимые результаты у пациентов первого отделения. Результаты, полученные при обработке данных в первом отделении, свидетельствуют о наличии статистически значимой обратной зависимости между длительностью заболевания и эргопатической реакцией на онкологическую патологию у пациентов. Это значит, что чем младше пациент с онкозаболеванием, тем больше он склонен к эргопатической реакции на него, то есть погружаться в работу и тем самым «уходить» от болезни.

Обнаружилась прямая зависимость между степенью стрессоустойчивости и эгоцентрическим типом реагирования на заболевание. Пациенты с более высокой степенью устойчивости к стрессу склонны больше к эгоцентрическому типу реагирования, то есть «бегству в болезнь».

Кроме того, были получены различия по полу в особенностях реагирования на онкологию в данной выборке. Значения, полученные при расчете U-критерия Манна-Уитни, позволяют говорить о наличии статистически значимых различий в психическом типе реагирования на онкологию у мужчин и женщин (так как $p < 0,05$). Значения ранговых сумм указывают на то, что для мужчин более характерен эгоцентрический тип реакции на свою болезнь, чем для женщин.

Статистически значимые результаты у пациентов второго отделения. В ходе исследования во втором отделении была обнаружена слабая обратная зависимость между возрастом и анозогнозической реакцией, и прямая зависимость между возрастом и паранойяльной. То есть для пациентов старшего возраста более характерно стремление приписывать возможные осложнения лечения или побочные действия лекарств халат-

ности или злomu умыслу врачей и персонала, а для более молодых пациентов – отрицание очевидного в проявлениях болезни, приписывание их случайным обстоятельствам.

Была выявлена умеренная обратная зависимость между длительностью заболевания и анозогнозической реакцией. Чем меньше человек болеет онкологией, тем больше он склонен к анозогнозической реакции на нее.

Далее была получена слабая прямая зависимость между степенью стрессоустойчивости и эргопатической реакцией. Пациент, использовавший погружение в работу как способу реагирования на онкологию, имеет более высокий уровень стрессоустойчивости.

Кроме того, были получены различия по полу в особенностях реагирования на онкологию у больных второго отделения. Значения, полученные при расчёте U-критерия Манна-Уитни, позволяют говорить о наличии статистически значимых различий в психическом типе реагирования на онкологию у мужчин и женщин (так как $p < 0,05$). Значения ранговых сумм указывают на то, что для женщин более характерна ипохондрическая реакция на заболевание.

Сравнение пациентов двух отделений. При сравнении двух групп обнаружили статистически значимые различия в длительности заболевания, внутренней картине болезни и степени стрессоустойчивости, так как $p < 0,05$. Пациенты второго отделения более длительно болеют, менее стрессоустойчивы и им чаще свойственны эйфорический, анозогнозический и паранойяльный типы реагирования на онкологию, а для пациентов первого отделения больше характерна неврастеническая реакция.

Статистически значимые результаты у медработников первого отделения. Можно увидеть наличие прямой зависимости между стажем работы в первом отделении и склонностью помнить причиненные обиды. Обнаружилась слабая обратная связь между индифферентной направленностью и стремлением перевоспитывать партнера, слабая прямая связь между конформной направленностью и уровнем общей коммуникативной толерантностью. Значит, чем больше испытуемый ориентируется на «сугубо деловые» вопросы, тем меньше он старается перевоспитать собеседника. А чем больше медработник данного отделения готов «подстроиться» под собеседника, тем выше он имеет уровень общей коммуникативной толерантности.

Статистически значимые результаты у медработников второго отделения. Можно увидеть наличие умеренной обратной зависимости между стажем работы во втором онкологическом отделении и изменностью оценок в адрес окружающих, и уровнем общей коммуникативной толерантности. Чем дольше человек работает с онкопатологией, тем меньше он склонен менять свое мнение по поводу окружающих, и тем

меньше у него уровень общей коммуникативной толерантности. Была найдена умеренная обратная связь между возрастом и стремлением перевоспитывать партнера. Чем старше респондент, тем меньше он склонен переделывать собеседника.

А также наблюдается умеренная обратная зависимость между авторитарной направленностью и оцениванием людей, исходя из собственного «Я», и сохранением в памяти причиненных обид. Чем больше для медработника характерна ориентация на доминирование в общении, тем он меньше дает оценки другим, используя в качестве точки отсчета себя, и тем меньше помнит обиды. Была выявлена умеренная прямая связь между конформной направленностью и стремлением помнить обиды. Чем больше испытуемый проявляет отказ от равноправия в общении в пользу собеседника, тем дольше он помнит обиды и упрекает в этом.

Сравнение медработников двух отделений. Обнаружились статистически значимые различия в общей коммуникативной толерантности, авторитарной, альтероцентристской и диалогической направленности, так как $p < 0,05$. Медицинский персонал первого отделения имеет более высокий уровень коммуникативной толерантности, больше использует добровольную «центрацию» на собеседнике, ориентацию на его цели и потребности и стремление к равноправному общению, основанному на взаимном уважении и доверии. А медицинские работники второго отделения больше применяют авторитарную направленность в общении.

Эмпирический анализ взаимоотношений медицинских работников и пациентов. Эмпирический анализ взаимоотношений медицинских работников и пациентов проводился путем сравнения полученных статистически значимых различий по переменным у пациентов и медицинских работников. В первом отделении пациенты склонны реагировать на свое заболевание больше неврастеническим типом и являются более стрессоустойчивыми. Для медицинского персонала этого же отделения характерны больше альтероцентристская (добровольная «центрация» на собеседнике) и диалогическая (ориентация на равноправное общение) направленность в общении и более высокий уровень коммуникативной толерантности.

У пациентов второго отделения можно увидеть чаще такие реакции на онкологию, как эйфорическая, анозогностическая, паранойяльная. Данным больным характерна меньшая стрессоустойчивость. А медицинские работники этого отделения чаще применяют авторитарную (ориентация на доминирование в общении) направленность в общении и имеют меньший уровень коммуникативной толерантности.

Таким образом, у пациентов первого отделения реакция на онкологию более объективная, чем у больных второго отделения. В свою оче-

редь, медицинский персонал первого отделения обладает большей терпимостью к другим людям, большей эмпатией и в общении ориентируются не только на равноправие, но и на потребности другого. А медработники второго отделения проявляют меньше терпимости к другим людям и предпочитают авторитарный стиль общения.

Итак, можно сделать следующие **выводы**: Для мужчин чаще характерна эгоцентрическая реакция на онкологию, а для женщин – ипохондрическая. Пациенты с эргопатической и эгоцентрической реакцией на онкопатологию являются более стрессоустойчивыми. Чем больше медработник готов «подстроиться» под собеседника, тем выше он имеет уровень общей коммуникативной толерантности. Чем дольше человек работает с онкологией, тем меньше у него уровень общей коммуникативной толерантности. Медицинский персонал, который имеет более высокий уровень коммуникативной толерантности, и ориентируется не только на равноправие, но и на потребности собеседника, способствуют более объективному реагированию пациентов на онкологию. А медработники, проявляющие меньше терпимости к другим людям и предпочитающие авторитарный стиль общения, способствуют более субъективной реакции у пациентов с онкологическим заболеванием. Одним из факторов формирования внутренней картины болезни пациента является направленность в общении, коммуникативная толерантность медицинского персонала.

Литература

1. *Братченко С. Л.* Подходы к изучению психологии толерантности / Под ред., А.А. Бодалев. Ростов-на Дону, 2003. С. 37–40.
2. *Менделевич В. Д.* Клиническая и медицинская психология. М.:Медпресс,1999.
3. Психодиагностика толерантности личности. / Под ред. Г.У. Солдатовой, Л.А. Шайгеровой. М., 2008.
4. *Райгородский Д. Я.* Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие / под ред. Д. Я. Райгородского. Самара: Бахрах-М, 2001.

САМООЦЕНКА ЛИЧНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И САМООТНОШЕНИЯ ПЕРВОРОДЯЩИХ ЗАМУЖНИХ БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН

Т. В. Хайкина

Демографическая ситуация в Республике Беларусь на данном этапе является очень сложной: наблюдается снижение рождаемости. Численность населения в 2001 году составила 9 млн 957 тыс человек, в 2005 году – 9 млн 697 тыс человек, в 2010 – 9 млн 500 тыс человек, в 2012 году – 9 млн 465 тыс человек. Также актуальность исследования обуслов-

лена высоким числом сирот в Республике. На 2012 год в Беларуси насчитывается всего детей сирот и детей, оставшихся без попечения родителей 36004 ребенка [2]. Кроме того, в период беременности в личности молодой матери происходят значительные изменения в связи с принятием новой социальной роли.

Целью данной работы стало выявление уровня личной идентичности и самоотношения замужних первородящих беременных женщин.

В исследовании приняли участие 36 женщин, состоящих на учете по ведению беременности в женской консультации поликлиники №25 города Минска. Средний возраст составил $24,8 \pm 1,2$ года. Средний срок текущей беременности составил 6,8 месяца.

Предмет исследования: личная идентичность и самоотношение беременных женщин.

Для проведения исследования были применены следующие методики: методика изучения личной идентичности (Л.Б. Шнейдер) [3], методика «Тест отношений беременной» (Эйдемиллер Э.Г., Добряков И.В., Никольская И.М.) [1], анкетирование.

Гипотеза исследования: мы предполагаем, что беременные женщины обладают уровнем достигнутой позитивной идентичности и оптимальным типом психологической компоненты гестационной доминанты (ПКГД).

Научная новизна исследования заключается в недостаточном изучении психологического и социального аспектов в состоянии беременной женщины в Беларуси.

В результате анкетирования были получены следующие данные, характеризующие социальное положение испытуемых: большинство женщин имеют высшее образование (44,2 %), среднее специальное образование имеют 36,4 % женщин, общее среднее – 19,4 %. Условия проживания: проживают с родителями 46,5 %, арендуют жилье 33,3 %, собственное жилье имеют 20,2 % замужних женщин. Материальное положение 68,7 % женщин назвали средним, отнесли свои доходы к категории «выше среднего» 28,5 % и 2,8 % указали, что имеют низкий доход. Среди профессий беременных женщин более всего было продавцов, менеджеров разных сфер и администраторов. Многие указали, что им возможно оказание помощи со стороны родственников, а в отпуске по уходу за ребенком многие не планируют быть все 3 года.

Исследование личной идентичности беременных женщин проводилось по «Методике изучения личной идентичности» (МИЛИ) [3]. Среднее значение самоописаний в категориях составило 3,31. Стандартное отклонение 1,16. Минимальное значение равно 0,8, максимальное – 4,8.

Большинство исследуемых женщин обладают псевдопозитивным видом личной идентичности – 14 человек (38,9 %). Из этого следует, что большинство исследуемых женщин либо отрицают свою уникальность, либо наоборот ее амбициозно подчеркивают. Такая идентичность свидетельствует о ригидности Я-концепции, неприятии критики в свой адрес. Такую идентичность связывают с тотальным поглощением статусом или социальной ролью. Это можно объяснить тем, что женщины уделяют большое внимание своей новой социальной роли, полностью ею увлекаясь. Достигнутая позитивная идентичность характеризует 10 испытуемых (т.е. 27,8 %). Такой вид идентичности соответствует наличию значимых целей, ценности и убеждений. Он проявляется в позитивном самоотношении. Человек, обладающий таким видом идентичности знает, чего он хочет и соответственно структурирует свою жизнь. Таким образом, значительная часть беременных женщин являются зрелыми личностями, признающими свою и чужую значимость. Диффузной идентичностью обладают 6 опрошенных (16,7 %), мораторий характерен для 5 женщин (13,9 %). Преждевременной идентичность обладает лишь одна участница, что соответствует 2,8 %.

Диагностика самоотношения беременных женщин проводилась по методике «Тест отношений беременной» [1]. Большая часть исследуемых женщин 13 человек (36,1 %) имеют эйфорический тип гестационной доминанты. Женщины, обладающие там типом ПКДГ характеризуются чрезмерной любовью к будущему ребенку. Нередко беременность у них становится средством манипулирования. Женщины претенциозны, требуют от окружающих повышенного внимания. Оптимальный тип ПКДГ наблюдается у 10 исследуемых (27,8 %). Такая доминанта отмечается у женщин, которые относятся к своей беременности ответственно, но без излишней тревоги. Беременная женщина продолжает вести активный образ жизни, но своевременно встает на учет в женскую консультацию. Достаточное количество испытуемых (7 человек) обладают гипогестогнозическим типом. Он характерен для женщин, увлеченных работой, учебой. Наблюдается также наличие депрессивного и тревожного типов ПКДГ (5,6 % и 11,1 % соответственно).

В результате исследования были сделаны следующие выводы:

1. Результаты исследования с помощью социального анкетирования позволили определить социальный статус будущих матерей: большинство имеет высшее образование, проживают с родителями, имеют средний уровень материального достатка.

2. У беременных первородных замужних женщин более всего наблюдается псевдопозитивный уровень личной идентичности, что можно объяснить текущим эмоциональным состоянием женщин и переживани-

ем новой социальной роли. Однако среднее значение в категориях само-описания соответствует оптимальному типу идентичности.

3. В ходе исследования психологический компонент гестационной доминанты в большей степени характеризуется как эйфорический, что связано с ожиданием рождения ребенка, повышенным вниманием к собственному состоянию и вниманием окружающих.

Таким образом, беременные женщины нуждаются в психологической поддержке профессионалов и минимальных государственных гарантиях, которые помогут женщине чувствовать себя уверенно и достигнуть позитивной идентичности.

Литература

1. *Олифинович Н. И., Зинкевич-Куземкина Т. А., Велента Т. Ф.* Психология семейных кризисов. СПб.: Речь, 2006. С. 360.
2. *Пантюк И. В.* Теоретические основы социальной работы. Мн «Амалфея», 2010. С. 387.
3. *Шнейдер Л. Б.* Личностная, тендерная и профессиональная идентичность: теория методы диагностики. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. С. 128.

PR, МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА: ПРОБЛЕМА СООТНОШЕНИЯ

С. О. Шаблинская

В современном мире PR, маркетинг и реклама являются актуальной темой для исследования. Интерес к изучению данных понятий укоренен в их влиянии на дальнейшее развитие общества. Трансформирование и усложнение каждого понятия в отдельности и их совместная интеграция открывает исследователям широкий круг вопросов для изучения. Проблема соотношения PR, маркетинга и рекламы остается важным полем научного осмысления.

Сегодня среди исследователей вопрос о разделении понятий маркетинга, рекламы и PR остается открытым. Изначально границы понятий стали размывать сами специалисты, которым довелось работать в данных сферах. Крупные компании могут позволить себе иметь отдельно отдел маркетинга, отдел рекламы и PR-отдел. Зачастую мелкие фирмы сводят функции трех отделов к работе отдела маркетинга или рекламы. Так же можно встретить компании, где функции всех трех отделов выполняет один человек.

Сходство вышесказанных понятий заключается в том, что это сложные многофункциональные явления, основанные на взаимосвязи множества экономических, социальных, политических духовных, культурных

факторов жизни общества. Они являются связующим звеном между «производителем» и «покупателем».

Понятие маркетинга и PR шире понятия рекламы.

Проводя анализ рекламы и маркетинга, мы отметили отличия в масштабе понятий. Маркетинг – большой комплекс составляющих и реклама является одной из них. Маркетинг можно отметить как продолжительный процесс. Реклама – одно из действий в данном круговороте. Если представить маркетинг как пирог, то реклама будет лишь его частью. Разницу можно отметить и в финансовой составляющей: маркетинг всегда направлен на получение прибыли. В свою очередь реклама может быть социальной, то есть несвязанной с получением денежных средств. Маркетинг – это система где количество элементов относительно стабильно (товар – цена – место продаж – способы продвижения). Реклама может использовать как традиционные методы, так и новшества. Сегодня мы можем представить рекламу, которая существует в отрыве от маркетинга, но для маркетинга реклама – важнейшая часть и без нее он функционировать не сможет.

Иногда PR ошибочно, чуть ли не, отождествляют с рекламой. Мы попытаемся разграничить данные понятия. А. Н. Чумиков отмечает: «Если основной механизм рекламы – это платное использование газетных площадей и эфирного времени для размещения информации клиента, то задача PR-специалиста – добиться того, чтобы исходящая от клиента информация размещалась исключительно за счет своей актуальности для самих журналистов, так и для их читателей, зрителей и слушателей» [1, с. 16]. Финансовое различие между понятиями констатирует и К.Л. Бове: «Реклама понимается как открыто спонсируемые и оплачиваемые продавцом отношения между ним и покупателем. Разумеется, как и у связей с общественностью, цель рекламы – воздействовать на общественное мнение. Однако эта цель обычно достигается через открытые усилия по продаже товаров или услуг фирмы» [2, с. 586].

PR концентрирует задачу на обеспечении бесплатной рекламы для компании, фирмы или отдельного лица. Реклама же требует платы за свое размещение в эфирном времени или на страницах печатного издания, это влечет за собой уверенность, что послание дойдет до потенциальных покупателей в назначенное время в определенном, заранее оплаченном, месте. Данное, самое весомое, различие влечет за собой ряд других. В связи с тем, что PR, по определению бесплатен, то не существует контроля над тем как СМИ решат интерпретировать информацию, к тому же ее могут и не опубликовать или опубликовать, но не в желаемые для вас временные рамки. Реклама несет за собой уверенность в том, что именно дойдет до аудитории. Пресс-релиз PR-кампании будет

напечатан, скорее всего, один-единственный раз, потом он потеряет актуальность. Реклама будет вращаться в кругах эфирного времени и глянцевого производства до тех пор, пока СМИ платят за ее размещение. Отличие есть и в нашем отношении: когда потенциальный покупатель читает независимую статью о продукте или просматривает информацию по ТВ, он смотрит что-то, за что не заплачены деньги. Это влечет за собой другое отношение, нежели к рекламе. При восприятии рекламы, человек осознает, что за это заплатили и смотрит на данное сообщение скептически.

Заметим, что PR, в его классическом понимании, должен являться адекватным, правдивым отражением действительности. Его сущность заключается в искренних и открытых отношениях между компанией, фирмой или частным лицом, с общественностью. Дж. Маркони замечает: «Вопреки довольно распространённому мнению PR вовсе не является системой, созданной для того, чтобы выдавать дурных людей и негативные явления за нечто иное. Конечно, некоторые неэтичные PR-деятели или люди сходных профессий могут повернуть ловкий фокус и ввести окружающих в заблуждение, однако такие приемы недолговечны и расплата неминуема как за само действие, так и за жульничество» [3, с. 16]. В свою очередь реклама является информацией распространенной различными способами в разнообразных формах и с использованием любых средств, что дает ей возможность быть не честной с общественностью.

В современном мире многие инструменты PR необходимы для достижения маркетинговых целей по стимулированию потребительского рынка. Для успеха нового товара на рынке необходима PR-кампания, которая влияет на рост популярности продукции и увеличивает объемы ее сбыта. Рассматривая PR лишь в данном контексте, заметим, что он является одним из инструментов маркетинга. Из определений понятий маркетинга и PR следует, что первый направлен на потребителя с целью влияния на него в нужном, для маркетинговых задач, направлении. Целью PR является и воздействие на имидж компании, фирмы или частного лица в таком случае PR является независимым явлением.

Отметим теоретические отличия PR и маркетинга: у PR они лежат в социологии и психологии, а у маркетинга в «узкой» сфере психологии – психологии потребительского поведения. PR в социальной среде фокусируется на многочисленные целевые аудитории. В центре внимания маркетинга – потребитель. С. Катлипп замечает: «Во-первых, для концепции маркетинга фундаментальными являются человеческие желания и потребности. То, чего люди хотят или желают, преобразуется в потребительский спрос. Во-вторых, маркетинг предлагает продукты и услуги для удовлетворения этого спроса. Потребители выбирают продукты и

услуги, являющиеся, по их мнению, самыми полезными и ценными, удовлетворяя в наибольшей степени свои потребности. В-третьих, продавец поставляет продукт или услугу потребителю в обмен на что-либо, представляющее ценность для продавца» [4, с. 27]. PR стремится поддержать сбалансированные связи, незамедлительно откликается на требования социальной среды, организует и поддерживает диалог. Стратегия PR – это создание благоприятной среды для работы компании. Пользуясь PR, организация отслеживает интересы потенциальных клиентов, действующих клиентов, служащих, акционеров и др. PR-специалисты акцентируют свое внимание на обнаружении потенциальной проблемы, что является признаками ухудшающихся PR-связей. Данным действием они помогают компании, фирме или частному лицу средствами коммуникации разрешать конфликты и налаживать двусторонние связи с общественностью. Маркетинг же решает задачи изучения интересов и потребностей людей в продукте или услуге и возможности воздействия на них рекламными и другими средствами. Его стратегию можно свести к стремлению подчинить потребителя товару или услуге. Маркетинг ориентирован на рынок и сбыт продукции, в свою очередь, PR – на общественное мнение.

Сильно упрощая понимания PR и маркетинга отметим, что PR апеллирует вопросами: какой быть организации и как сделать ее таковой? Роль PR заключается в создании и сохранении взаимопонимания между организацией и общественностью. Перед маркетингом стоит ряд других вопросов: что продавать? Кому продавать? Где продавать? Он занимается продвижением и стимулированием сбыта и созданием мотивации для покупки.

PR, маркетинг и реклама сегодня быстро развиваются сохраняют автономность, что выражается в отличительных чертах каждого из них. Нельзя не отметить их взаимодействия и усовершенствования, что выявляется в сходных целях, методах и средствах и практиках PR, маркетинга и рекламы.

Литература

1. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учеб. пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М., 2003.
2. Бове К. Л. Современная реклама / К. Л. Бове, У. Ф. Аренс. М., 1995.
3. Маркони Дж. PR: полное руководство. М., 2006.
4. Катлип С. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учеб. пособие / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. М., 2005.

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В СВЯЗИ С ИХ КОМПЬЮТЕРНЫМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ

И. Г. Ярошевич

В настоящее время одной из актуальных проблем в науке является проблема взаимодействия ребенка младшего школьного возраста с компьютером. Использование ребенком компьютера предполагает, в первую очередь, контроль со стороны родителей программ, в которых заинтересованы их дети, так как ребенок данного возраста самостоятельно не может определить положительный и отрицательный эффект от какой-либо игры. Как правило, дети данного возраста чаще заинтересованы компьютерными играми. Компьютерные игры бывают разных видов. В общем плане, существуют игры развивающего типа и игры развлекательные. Как показало теоретическое исследование проблемы взаимодействия ребенка с компьютером, младшие школьники тратят практически все время за компьютером на развлекательные игры, а также на общение в социальных сетях. Совсем небольшой процент младших школьников использует компьютер с целью повышения своего образовательного уровня. Основной причиной неиспользования программ, направленных на развитие младшего школьника, является малая осведомленность о существовании таких программ. Компьютер оказывает влияние и на уровень знаний младших школьников, и на уровень развития их познавательных процессов, и на уровень общей осведомленности. В первую очередь, компьютерные программы влияют на такие психические процессы: внимание, память, мышление. Память – это процесс сохранения, закрепления и воспроизведения впечатлений, получаемых человеком из окружающей среды [3]. Память изучали Б.Д. Эльконин, Р.С. Немов. Внимание – это познавательный процесс, отвечающий за способность человека к сосредоточению на каком-либо объекте [2]. Внимание изучали Р.С. Немов, С.Л. Рубинштейн. Мышление – это психологический процесс познания, связанный с открытием субъективно нового знания, с решением задач, с творческим преобразованием действительности [3]. Мышлением занимались Выготский Л.С., Эльконин Д.Б., Немов Р.С. Влияние компьютера на психическое развитие в младшем школьном возрасте и увлеченность компьютером младшими школьниками исследовали С.И. Жожикова, А.А. Бушуева, Л.Н. Юрьева, Т.Ю. Больбот. Теоретическое исследование показало, что многие дети проводят за компьютером время, резко превышающее норму. И как ука-

зывали сами дети, основной причиной такого поведения является невнимательность со стороны родителей, их чрезмерная увлеченность «своими делами» [1].

С целью выявления воздействия разных компьютерных игр на уровень развития познавательных процессов у младших школьников было проведено эмпирическое исследование. Выборкой исследования стали младшие школьники, учащиеся 4-ых классов в количестве 66 человек. Из них – 33 девочки и 33 мальчика. В исследовании изучались познавательные процессы (мышление, память, внимание) и компьютерные предпочтения младших школьников (игры, в которые играют). В дальнейшем был сравнен уровень развития познавательных процессов школьников с разными компьютерными предпочтениями. В исследовании диагностировалось словесно-логическое мышление с помощью методики Э.Ф. Замбацявичене. Память была изучена с помощью «методики смысловой и механической памяти». Продуктивность и устойчивость внимания были изучены с помощью методики «Кольца Ландольта». Компьютерные предпочтения исследовались с помощью анкеты, разработанной в исследовании, которая выявляла время работы за компьютером и направленность игр, за которыми ребенок проводит время. Степень компьютерной увлеченности была определена с помощью «Методики диагностики компьютерной зависимости». Гипотезой исследования было предположение о том, что существуют различия в уровне развития познавательных процессов младших школьников в зависимости от их компьютерных предпочтений.

Итак, были получены следующие результаты:

1. Преобладающий уровень развития словесно-логического мышления – «высокий» уровень развития, который составил 82 % младших школьников (табл. 1).

Таблица 1

Результаты изучения словесно-логического мышления

Уровень развития словесно-логического мышления	Количество человек	% -ное соотношение
Высокий	54	82 %
Средний	11	17 %
Низкий	1	1 %
Всего	66	100 %

2. У большинства младших школьников смысловая память находится на «высоком» уровне развития (51,5 % испытуемых), механическая память характеризуется «средним» уровнем развития (51,5 %) (табл. 2).

Таблица 2

Результаты анализа уровня развития памяти

Уровень развития памяти	Смысловая память		Механическая память	
	Кол-во человек	% -ное соотношение	Кол-во человек	% -ное соотношение
Очень высокий	17	25,8 %	3	4,6 %
Высокий	34	51,5 %	14	21,2 %
Средний	13	19,7 %	34	51,5 %
Низкий	1	1,5 %	13	19,7 %
Очень низкий	1	1,5 %	2	3 %
Всего	66	100 %	66	100 %

3. Продуктивность и устойчивость внимания, т.е. внимание у 92 % младших школьников развито на «среднем» уровне (табл. 3).

Таблица 3

Результаты анализа уровня развития внимания

Уровень развития внимания	Количество человек	% -ное соотношение
Высокий	4	6 %
Средний	61	92 %
Низкий	1	2 %
Всего	66	100 %

4. Большинство младших школьников предпочитает одновременно играть в игры и развлекательного, и развивающего характера, а также пользоваться социальными сетями. Такие младшие школьники составляют 44 % испытуемых (рис. 1). Относительно времени работы за компьютером получились также интересные результаты: большинство младших школьников проводят за компьютером больше 30 минут в день (71 %), норма времени за компьютером для младшего школьника – 15–20 минут в день. По результатам обследования относительно компьютерной увлеченности было выявлено, что 54,6 % младших школьников находятся на стадии увлеченности компьютером.

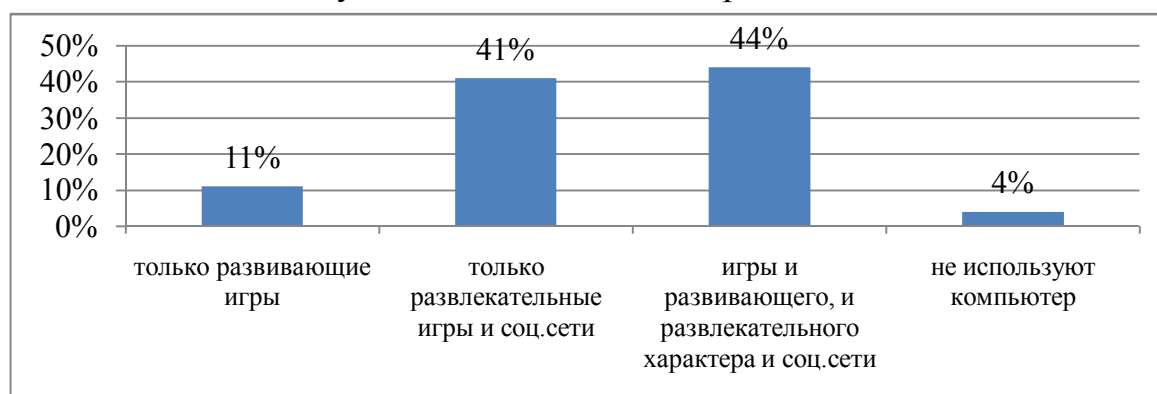


Рис. 1. Соотношение младших школьников по компьютерным предпочтениям

5. Результаты статистической обработки констатировали наличие статистически значимых различий в уровне развития смысловой и механической памяти в группах с разными компьютерными предпочтениями. Было выявлено, что смысловая и механическая память лучше развита у младших школьников, которые играют только в развивающие игры, чем у младших школьников, которые предпочитают только развлекательные игры, социальные сети (в случае смысловой памяти – $p\text{-level} = 0,018$, $U = 6,00$; в случае механической памяти – $p\text{-level} = 0,005$, $U = 2,50$) или одновременно комбинируют и развлекательные, и развивающие игры и социальные сети (в случае смысловой памяти – $p\text{-level} = 0,0298$, $U = 7,50$; в случае механической – $p\text{-level} = 0,005$, $U = 2,50$). А также было определено, что механическая память лучше развита у тех младших школьников, которые комбинируют одновременно игры разного характера (развивающие и развлекательные) и социальные сети, чем у младших школьников, играющих только в развлекательные игры и пользующиеся социальными сетями ($p\text{-level} = 0,038$, $U = 244,50$).

Таким образом, гипотеза о существовании различий в уровне развития познавательных процессов младших школьников в зависимости от их компьютерных предпочтений подтвердилась частично. Это значит, что младшие школьники, предпочитающие играть за компьютером в развивающие игры, обладают лучшей памятью, чем младшие школьники, которые играют в развлекательные игры или проводят время в социальных сетях. Другими словами, младшие школьники, воспринимающие компьютер не только как средство развлечения, но и как средство саморазвития, тренировки своих способностей, развиты лучше в отношении смысловой и механической памяти. И, как следствие, можно предположить, что в школе они более успешны, чем их ровесники, предпочитающие играть в игры развлекательного типа. Результаты данного исследования могут быть использованы при индивидуальном консультировании ребенка и его родителей, при разработке рекомендаций относительно психического развития ребенка.

Литература

1. Бушueva А. А. Психолого-педагогическое исследование игровых компьютерных страхов младших школьников. Интернет-адрес: http://www.rusnauka.com/10_DN_2012/Psihologia/5_106779.doc.htm.
2. Козубовский В. М. Внимание // Общая психология: познавательные процессы: учебное пособие. Мн.: Академия, 2004. Ч. 2. С. 120–142.
3. Немов Р. С. Психология: в 3 кн. / 4-е изд. Москва, 2003. Кн. 1: Общие основы психологии.

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
IN THE MODERN WORLD. SOCIAL RESPONSIBILITY
AT CISCO SYSTEMS, INC.**

Dominykas Martinkevicius

“No man can become rich without himself enriching others”

Andrew Carnegie,
Famous Scottish-American entrepreneur

Today you can find a lot of different definitions in different sources what CSR – Corporate Social Responsibility actually is. Although there is very much common between all of them. In my view the simplest and easily understood definition is that CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society [1, p. 6; 2, p. 121; 4].

Social responsibility is an idea that has been of concern to mankind for many and many years. And today it's not a secret that CSR makes companies more innovative, productive, and – what is very important for modern businesses – competitive [1, p. XVII]. You may ask any successful American businessman and he will definitely convince you that it's impossible to reach success and sustainability in business without social responsibility. By the way, American entrepreneurship is doing very well in supporting and developing Corporate Social Responsibility. Google, Nike, Pepsi, Starbucks, Procter & Gamble, Wal-Mart, Shell, Nestle – these are not just American brands known all over the world, these are names of the companies, which really do a lot in the fields of Social Responsibility and Sustainability [1, p. 89]. But in this paper I'm not going to tell you about CSR in those companies. I think you've all heard about super comfortable offices at Google or free medical insurance for Starbucks employees [5]. I'd like to tell you about CSR in a typical American company – Cisco [6]. Cisco is an American multinational corporation that designs, manufactures, and sells networking equipment [3].

At Cisco there are five main areas in which they do CSR: Governance, Supply Chain, People, Society, and Environment.

“Any success that is not achieved ethically is no success at all” – that's the clear message for each employee at Cisco. Cisco promotes responsible business practices at every level of their company. They strive to conduct business ethically, honestly, and in accordance with the so-called Cisco Code of Business Conduct and of course they also expect all their partners to meet the high ethical standards. They manage CSR activities by engaging internal and external stakeholders. Privacy and data protection, human rights, and freedom of

access to information are among the concerns to which Cisco direct their attention through working groups and operating committees.

Company works with more than 600 suppliers worldwide, which manufacture, test, ship, and recycle their products. And what is interesting about Cisco their CSR applies to those companies too. First of all they demand the same high standards from all companies, and suppliers with regard to ethics, labor practices, health and safety, and the environment. For example some of Cisco's Hardware is produced in China, where Cisco also does their CSR and does it very well.

By providing a highly connected workplace, an inclusive and diverse environment, comprehensive health and wellness programs, robust professional development opportunities, and competitive compensation and benefits, company helps more than 70,000 its employees not only in USA, but also worldwide and multiply impact both on the jobs of people and in their personal lives. Inclusive and diverse culture at Cisco creates an environment that fosters innovation, creativity, and collaboration, which benefits both employees and customers and of course results of company's income. What's special about Cisco is that they also care about people by having some women's initiatives focused on women's problems in technology at both Cisco and in the community, through Veterans Programs giving military veterans career and educational opportunities as transition to civilian life.

What is common for all American companies who do CSR is accessibility. For instance in Cisco they also seek to make their products and services accessible to and usable by people with disabilities.

Company's commitment to society extends from employees, who give money and volunteer hours, to major corporate and Cisco Foundation-led programs and non-profit engagements around the world. For example one of the ongoing Cisco CSR projects is taking place today in Kenya, where hearing-impaired people today are isolated and shunned. But a partnership between Cisco and Deaf Aid organization is helping young hearing-impaired people learn valuable job skills, improve their standing in society, and increase their economic opportunities. Moreover, company even employs disabled people.

As far as Cisco is technological corporation they pay very much attention to the environment. Cisco's CSR vision is to build environmental sustainability into each business function and process. They try to use the power of the network to multiply the impact of technologies across our customer base, as well as to suppliers and business partners. Company tries to produce only environment-friendly equipment and organizes lots of different project to save our environment. One of them is Cisco EnergyWise Project, which allows organizations to monitor and control their IT equipment energy use through the

network, reducing energy consumption, GHG emissions and costs. For the average customer, like me or you, Cisco EnergyWise can cut energy use by 20 percent [3].

So as you see, it's impossible to describe all Corporate Social Responsibility at Cisco in just one paper. The number of project and activities with positive impact on society at the company is endless. And that's what typical in American corporations. As I've already mentioned above Cisco isn't company with the best system of CSR, but they do CSR well, and do it in their own, very interesting way [6].

Unfortunately, in Belarus only a few companies try to do their best and make CSR an important part of their business [7]. The majority of companies still don't understand the benefits of doing CSR [2, p. 122]. But I hope that situation will change soon. And we, future young business manager, will make every effort to change it for the better.

Works Cited

1. *Werther, William B., W. B.* Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment / William B. Werther, David Chandler. - Thousand Oaks [etc.]: SAGE Publications, 2006.–XXIV, 356 p.
2. Актуальные проблемы бизнес-образования: материалы XI Междунар. науч.-практич. конф., 19–20 апреля 2012 г., Минск / Бел. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий / редкол.: В.В. Апанасович (гл. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. Центр БГУ, 2012.
3. Official website of Corporate Social Responsibility at Cisco Systems, Inc., URL: <http://goo.gl/A4PhT>, 24.01.2013
4. *Mallen Baker*, Corporate social responsibility - What does it mean? URL: <http://goo.gl/YJwEv>, 23.01.2013
5. *Mallen Baker*, How tax put Starbucks into a no-win position. URL: <http://goo.gl/APheQ>, 24.01.2013
6. Official website of Dow Jones Sustainability Index, URL: <http://goo.gl/tUYWV>, 22.01.2013
7. Корпоративная Социальная Ответственность Corporate Social Responsibility / [СООО "МТС"]. - [Минск : б. и., 2011].

STRATEGIES OF NAMING A COMPANY

L. Negreyeva, K. Shashenkova

According to Lexicon, “A brand name is more than a word. It is the beginning of a conversation.”[1]

Nowadays, brands not only represent the product or a company, but they also have a strong association with perceived quality, consumer's life style, social class, taste, etc. [2] We believe the same refers to company names, as customer loyalty is to a degree the result of an association given by the name. That is why creating a winning business name, however difficult it may seem,

is one of the most important things the prospective company owner will do during the process of starting a business. This fact explains our interest in the topic and accounts for the relevance of the current analysis. Our research focuses on a number of strategies to appropriately name a company, on some examples where the strategies used brought about a positive outcome, and on some mistakes to be avoided in practice.

The analysis made it possible to find out which strategies will help create a winning business name that will attract attention and stay in mind. These strategies are as follows:

1. A winning business name has to be memorable, but easy to spell. Obviously, the potential customers and clients need to be able to remember the business name. But they also need to be able to find it easily if they're looking for it in directory or online. Choosing a long, difficult to articulate business name such as "Crychalwellyn" is inappropriate. Being unique is good but to a certain degree, and difficult spelling is also a bad idea.

2. A winning business name needs a visual element. Nothing comes to mind when someone mentions "Crychalwellyn". Most people don't visualize anything when they read this name that was invented. But generally people "see" images when they read or hear something, and incorporating a visual element into the business name can be a powerful aid to customers' memory, as well as a powerful advertising tool.

3. The name has to tell what the company does. A lot of business names give little, if any, indication of what type of work the organization actually does, for examples: Smith and Sons, Hulbert Brothers, Only One. It's impossible to say what any of these companies does. They're relying on customers already knowing who they are or by having their business name found in 'context', such as an on-line business directory.

4. The name has to tell how the company does it. Words are powerful, so by carefully selecting them, it is possible to convey a great deal about the company's image. If we consider the names of three different massage and bodywork centers, such as Champlain Valley Therapeutic Massage, Clouds Above Massage, Speedy Spa, we see that all three companies provide the same service: massage therapy. Yet the first appears to favour a more medical approach, the second, a dreamy, luxury approach, and the third focuses on fast service.

5. A winning business name has to be fairly short. This is vital because customers and clients should be able to remember the business's name (and be able to tell other people what it is). It's also important for promotional purposes. A business name, for example, should fit well on a business card, look good displayed on a sign or in an ad, and perhaps even serve well as a domain name and show up well in search in case of an online business.

6. When choosing a business name it is a good idea to think about colours. Colours are an important component of a business logo, other promotion materials and a web site, and colours have strong emotional associations. Red, for instance, is an aggressive colour; its fiery elements are associated with speed, excitement and passion, while green is a calming colour associated with growth, renewal and nature [3].

The analysis of well-known company names makes it possible to identify a number of language-related devices used in order to create unforgettable and attractive names, which are listed below.

1. The use of actual names. The most common method is to name a company after the name of a real person, be it the owner/founder of the brand, son/daughter of the owner or even a celebrity. For example: Ford – named after its founder, Henry Ford; Mercedes – first name of the daughter of Emil Jellinek, engineer of the car; Boeing – named after its founder William Boeing.

2. The use of invented names. It is a creative technique aimed to invent a word that sounds pleasant and catchy. For example: Haagen-Dazs – a made-up name with no meaning to give it a foreign sound; Dr. Pepper – it's not named after a real doctor, just a made-up character.

3. The use of analogies and metaphors. For example: Apple – believed to be Steve Jobs' favorite fruit when he worked at an apple orchard; Adobe – from the Adobe Creek that ran behind the house of the company's co-founder John Warnock; Fuji – named after Mount Fuji, the highest mountain in Japan.

4. The use of a derived word. Some company names are formed out of terms of different origins to connote their business to it. Popular terminologies include words derived from Greek, Latin and other mythical jargon. For Example: Nike – named after the Greek goddess of victory; Coca-Cola – derived from the coca leaves and kola nuts used as flavoring.

5. The use of word jumbles. Combining a words and a number adds more attraction and ease to the company name. For example: 3Com – network technology producer; the three “coms” are computer, communication, and compatibility; 7-Eleven – convenience stores; renamed from "U-Tote'm" in 1946 to reflect their newly extended hours, 7:00 a.m. until 11:00 p.m.; 20th Century Fox – merger of William Fox's Fox Film and Twentieth Century Pictures [4].

The study also considered typical mistakes to avoid when naming a business. They are given below and illustrated by some examples.

Mistake 1. Using words so plain they'll never stand out in a crowd. Competition requires differentiation. Nobody could imagine if Yahoo! had been named GeneralInternetDirectory.com; the name would be much more descriptive but hardly memorable.

Mistake 2. Making a business name so obscure that customers will never know what it means. If the name is too hard to spell and pronounce, or if it is too complex and puzzling, customers may simply pass the company by as irrelevant, especially if the company is reaching out to a mass audience.

Mistake 3. Choosing the wrong name and then refusing to change it. Many business owners know they have a problem with their name and hope it will resolve itself. The following example illustrates the importance of taking action in case the name causes misunderstanding and confusion. Jeff Hyman who launched a virtual weight-loss program for business professionals in 2011 and named it Strongsuit realized a few months afterwards that potential customers were having trouble finding his website. Some people thought the original name, Strongsuit, meant menswear rather than fitness services. He estimates he spent \$25,000 to hire another company to rebrand his company as Retrofit, a reference to retrofitting the body. The company tested the new name with about 50 consumers and received positive feedback; sales and website traffic went up [5].

In conclusion we can say that the process of creating a company name is far from simple and requires certain knowledge of effective naming strategies as well as skills to attract the consumer's attention by the appropriate use of word power. However, we would like to point out that an outstanding product and service will make any company name stand out from a crowd; as Karl Lagerfeld put it, "Don't overact the story of your name. Overact the story of your work"[1].

Resources

1. Интернет адрес: <http://www.goodreads.com/quotes/tag/brand>.
2. Интернет адрес: <http://www.seap.usv.ro/annals/ojs/index.php/annals/article/viewFile>.
3. Интернет адрес: <http://sbinfocanada.about.com/od/startup/a/createbizname.htm>.
4. Интернет адрес: <http://www.graphicdesignblog.org/naming-company-and-brands>.
5. Интернет адрес: <http://www.entrepreneur.com/article/76958>.

HOW COLOR EFFECTS COMMUNICATION

K. P. Sachilovich

When speaking about communication, there are, in fact two aspects that come into mind, namely, verbal and non-verbal communication. By non-verbal means of communication people usually mean mimics, gestures, posture, voice, intonation, etc. But very few of them are aware of the fact that color is also a means of non-verbal communication, and a very powerful one.

When talking about color I mean color in every meaning of the word. For instance, let's take the color of walls in classrooms or at workplace.

In most cases, it is beige, or gray, or of such a shadow that you would probably never paid attention to or noticed. This is done with the purpose to minimize loss of students' attention or disturbance, and help them remain focused and concentrated while doing a test paper or any other classroom activities.

Thus, color is used to communicate a lot of things.

Or, let's take food science. Which colours are used in fast food science? They are predominately red and yellow. Why so, and not orange, for instance? This is because red and yellow colors induce hunger. Every color represents a feeling. So it also represents communication, namely, non-verbal communication.

Another aspect is the color of people's clothing. School students are supposed to wear dark colour uniform and no one questions this. One may ask themselves a number of questions: Do you wear pink all the time? Do you wear red all the time? Pastels? What color? What color is your hair? What color do you paint your finger nails? What color car do you drive? Color is a huge representation of our nonverbal world, and gives a strong impression of who we actually are.

According to the institute for color research all human beings make a subconscious judgment about person, place or thing within 90 seconds and that between 62 – 90 % of that assessment is based on color alone. It's important to understand human response to color. Color can influence the process of decision-making. Everywhere we go, to a restaurant, grocery store or furniture store, we are influenced by colors [1].

As my specialization is closely connected with business and economics I pay much attention to color theory in business. It's a powerful marketing tactic that is used globally by both large and small businesses. In my opinion, to reach a success the business community should include the power of color theory in all aspects of their marketing activities, such as designing a logo, product package, brochures and now I will give a brief outline of what each colour means basing on the theory suggested by Sir Charles Lemieux.

Blue indicates peace. This is a reason why police uniforms are blue. It promotes loyalty honesty and trust.

Blue color actually slows the heart rate down especially the lighter shades of blue. If you have a bad day at work one of the best things you can do is to go to the window if it's available look at the blue sky if it's available. As you are watching blue skies with puffy clouds you will notice that your heart rate actually goes down. And there is another little tip about blue. 80 % of people like the color blue. It's their favorite color. If you ask 80 % of people you know, what is your favorite color, most of them will respond with blue. So with no doubt blue is a great color to wear.

Green makes you feel calm and confident. Green is a great suggestive to help people want to spend money.

Red is an important color, very powerful color. It can also be used to keep more information across because heart rate is increased and actually pumps more oxygen to the brains and you tend to remember more things. So if you have a really heavy content delivery to make a presentation at work you can splash red, then the presentation will be noticed and people will remember more about what you are saying.

Yellow is intellectual. The color of control, perfection and attention to detail. Excellent choice when dealing with particular, methodical and logical type of clients.

Pink brings those dreamy and romantic feelings to the surface which is great for attracting young female customers.

Orange is social. It opens communication channels. Therefore it will help your team to come over solutions. It is great to facilitate discussion.

Black, which is one of my favorite colors, makes you feel wealthy and powerful. It is also a great tool to encourage people to spend their money. Just think what black and green can do [2].

If you work in sphere which is closely connected with beauty and make up you should pay attention to pink and black color. Pink has a strong association with youth. Black is associated with prosperity. If we are talking about Banking and finance we should take into consideration green and blue colors. Green makes people feel secure. Blue is associated with US dollars and safety. If a businessman wants to reach a success in gambling, he should use red and black. Red is associated with energy, encourages people to take risks. In auto business the best colors are red and black. Black is associated with energy and speed. Black is associated with luxury (black limousines). [3]

Color in your business is your business. And if you have a business it is obvious that the colors you choose to surround yourself with are making a statement about you and your service.

It was interesting for me to discover that color can not only be a signal or message itself but also it can be an inducer of productive communication. Imagine that your team has the skills and techniques to make the best decision. Fast. Smart. Efficient. In this or similar situation I strongly recommend you to use Six Thinking Hats from Edward de Bono. It is a simple, effective parallel thinking process that helps people be more productive, focused, and mindfully involved. And once learned, the tools can be applied immediately!

You and your team members can learn how to separate thinking into six clear functions and roles. Each thinking role is identified with a colored symbolic "thinking hat." By mentally wearing and switching "hats," you can easily focus on redirect thoughts, the conversation, or the meeting.

The White Hat calls for information known or needed. "The facts, just the facts."

The Yellow Hat symbolizes brightness and optimism. Under this hat you explore the positives and probe for value and benefit.

The Black Hat is judgment – the devil's advocate or why something may not work. Spot the difficulties and dangers; where things might go wrong. Probably the most powerful and useful of the Hats but a problem if overused.

The Red Hat signifies feelings, hunches and intuition. When using this hat you can express emotions and feelings and share fears, likes, dislikes, loves, and hates.

The Green Hat focuses on creativity, the possibilities, alternatives and new ideas. It's an opportunity to express new concepts and new perceptions.

The Blue Hat is used to manage the thinking process. It's the control mechanism that ensures the Six Thinking Hats® guidelines are observed [4].

In conclusion, I would like to point out how color acts in regard to business.

Effectiveness of colors on the market place is extremely high. There are three main benefits of color on marketplace.

1. Increases comprehension up to 75 %.
2. Helps in raising motivation and participation up to 80 %.
3. Sells products and ideas more effectively by 50 % to 85 %.

Color in the marketplace must immediately:

- Attract attention.
- Convey the message what the product is about.
- Help sell the product or service.
- Create brand awareness.

Who and what effects color in the marketplace:

- age;
- gender;
- income level;
- geographies and location;
- Economic conditions in the market place;
- Climate [5].

So, I believe that knowledge of color theory and its usage in every aspect of communication will enable me to establish effective relationships both in my personal and professional life.

Works Cited

1. Color. (2013) In Encyclopedia Britannica. Интернет-адрес: <http://goo.gl/6PEHv>.
2. Satyendra Singh, (2006) «Impact of color on marketing», Management decision, Vol. 44 Iss: 6, pp. 783–789.

3. Psychology and marketing Volume 9, Issue 5, pp. 347–363, September\October 1992.
4. The Electronic Journal of Communication. Интернет-адрес: <http://goo.gl/S1uNx>.
5. Интернет-адрес: <http://goo.gl/KuYQF>.

FEATURES OF ECONOMIC TERMINOLOGICAL EXPRESSIONS IN THE ENGLISH LANGUAGE

Artyom Sukhodolskiy

It is no secret that nowadays the borrowing of terms from the English language has become a global pattern in the whole world. Pinpointing and studying the main features of economic terminological expressions will obviously help students to be more skillful and efficient in international business communication.

Although the vast majority of expressions already have a specific interpretation, it should be noted that the translation will vary depending on the context in which the expression is used.

Students must remember that translation should always seek to provide the most accurate and full equivalent of the meaning expressed in the original text. During the study of economic subjects, students will need the fullest possible understanding of both the expression as a whole and its individual components, as well as their features. During our research, we have compiled a quiz for SMBT students aimed to check their knowledge of some economic expressions. According to the survey, out of 31 people, seven were able to translate 50 % of the expressions and two were able to give synonyms to them. This, in our opinion, is another argument in favor of the relevance of the research.

The object of the research is economic terminological expressions of English. The hypothesis of the research is that the study of economic terminology can result in building a system of methods, based on some general features of the expressions, which will allow students to study and translate expressions efficiently. The goal of this research is to identify and systematize the main features of the economic phraseology. Achieving this goal involves a step-by-step fulfillment of the following tasks:

To study and identify the most common features of economic expressions.

To summarize them in a way that an average student can easily understand.

To make a simplified scheme of the expressions mentioned above.

To fulfill the tasks, we have used the following methods: analysis, induction, classification, questioning.

Despite the numerous studies of the term, up to the present day, there are many definitions of it. Linguistic Encyclopedic Dictionary defines the term as

“a word or phrase denoting the concept of a special area of knowledge or activity” [1].

As indicated in the linguistic literature, the term must have such features as consistency, precise definition, lack of expressiveness and stylistic neutrality [2].

The analysis of text material made it possible to identify two main classes of macroeconomic terms: single-word terms and phrases. The first class includes terms that consist of a single word (product, price, quality, customer). The second class includes phrases consisting of two or more elements (customer satisfaction). In the second class we can identify two subclasses, which can be differed by interdependence of their elements. The first subclass contains phrases elements of which are connected by coordination. In such expressions the word order cannot be changed (supply and demand, income and expenditure). This group also includes expressions which may contain more than two phrases (overall growth and overall development).

The second subclass is distinguished by phrases with subordinate connection (brand value, consumer association). Combinations with subordinate connection of the elements are defined in linguistics as regressive and progressive [2]. Regressive ones have defining elements located to the left of the main element. In progressive combinations defining elements are located to the right of main (liquid assets - regressive structure, quantity demanded - progressive structure). In this whole subclass several subtypes are as follows. The first subtype are two-word phrases with a subordinate connection which consist of two elements: the main and dependent word. The key word is a noun, and the dependent word may vary:

a) Noun: market economy, capital expenditure, net profit. This kind of word combinations are formed on the model of [N1 N], where N – the key word, and the N1 – dependent.

b) An adjective or participle I or II before the main word: circulating capital, industrial capital, fixed assets. The phrases are formed on the model of [Adj (Participle) N], where N – the key word, and Adj (Participle) – dependent.

c) The participle II after the main word: quantity demanded, quantity supplied. The phrases are formed on the model of [N Participle II], where the main N-word, and Participle II – dependent.

The second subtype is represented by phrases consisting of three elements, of which we have identified two subtypes.

a) The main word of the phrase is defined by a preposition, which is the dependent word. The phrases are formed on the model of [N (Prep N1)], where N – the main word, and (Prep N1) – dependent. For example: fluctuations in expenditure, drop in the market, value of money, underperformance of economy, rate of profit, degree of liquidity.

b) The main word itself is a combination of words and is determined by dependent word. The phrases are formed on the model of [Adj1 (Adj N)], where Adj N represents the structure of the first type with a subordinate connection and determines Adj1 Adj N. For example: current market price, European Common Market, aggregate planned expenditure.

The third subtype are terminological phrases consisting of four words and built on the following models:

a) The main word of the phrase is a noun and its dependent word is expressed by the phrase, the structure is either an of-phrase or a for-phrase, and consists of a noun, an adjective or participle with a preposition. For example: balance of national economy, market for farm products.

b) In some of the phrases an already established collocation with internal subordinate connection can serve as a main word, the dependent word is usually a prepositional noun or adjective. For example: private sector of economy, asset demand for money, private sector of economy.

The fourth subtype are terminological phrases consisting of five words and built based on the following models:

a) A determined expression serves as the main word, an expression of-phrase as the dependent. The following are other examples of this subtype: economic functions of financial intermediaries, monetary theory of exchange rate.

b) The main word of the phrase is a noun and a prepositional noun phrase with a complex internal organization serves as the dependent word. For example: shifts of the aggregate demand curve, individuals in a rational expectations equilibrium.

In conclusion we would like to say that the main goal of the research has been achieved, and the tasks have been completed. However, there remain a lot of questions that we have not focused on and that are of interest in terms of the analyzed topic, which means that the research can be continued.

Resources

1. Linguistic Encyclopedic Dictionary edited by Keith Johnson, Helen Johnson., 1999.
2. *Ткачева Л. Б.* Основные закономерности английской терминологии. Томск., 1987.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЦИКЛА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

К. С. Бондарь

Рассмотрение политико-экономических циклов, является одной из важнейших задач современной экономики, они дают возможность пред-

видеть последствия того или иного воздействия как экономического, так и политического фактора [1, с. 150].

Политико-экономические циклы – это циклы, которые характеризуются повторяемостью, ритмичностью политического процесса и связанными с этим колебаниями объёмов производства, занятости и других экономических показателей [2, с. 189].

Политико-экономические циклы могут быть двух видов:

- электоральные или выборные, то есть связанные с выборами в органы власти;
- поколенческие, более долгосрочные, где цикличность выражается через смену правящих поколений [3, с. 147].

Согласно опросам Независимого института социально-экономических и политических исследований, только 24,5 % опрошенных заявили, что они доверяют действующему президенту, а голосовать за него, «случись выборы завтра», согласились бы только 20,5 % [6].

Тем самым был побит прошлый рекорд «недоверия», зафиксированный в первом квартале 2003 года – тогда 26,2 % респондентов указали, что они доверяют президенту, а голосовать за него соглашались только 26 % опрошенных.

В целом, серьезное падение уровня поддержки в 2011 году может быть объяснено экономическими проблемами населения, вызванными обесцениванием национальной валюты по отношению к доллару на 189 %. Девальвационный «шок», и как следствие, значительное повышение цен и снижение уровня средней заработной платы, фактически означали нарушение властью обязательств в рамках социального контракта [4, с. 570].

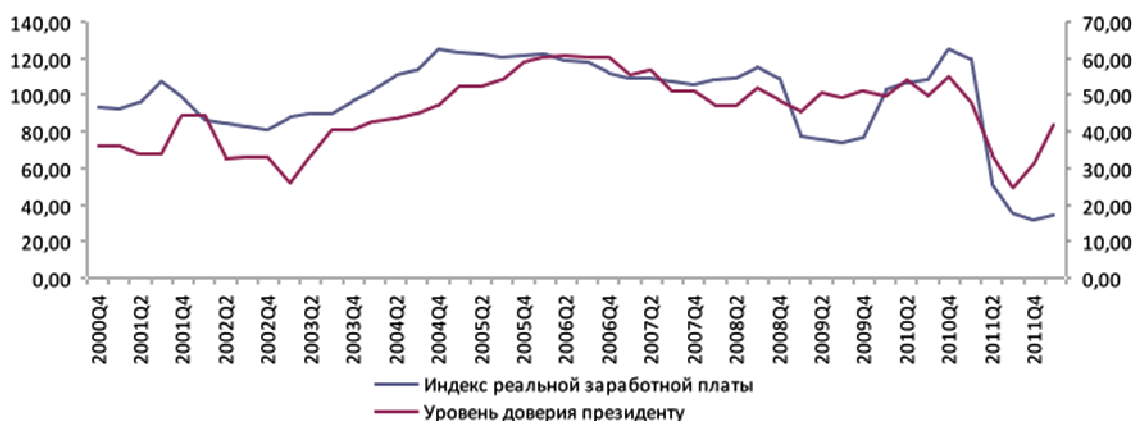


Рис. 1. График изменения уровня доверия президенту и темпов роста реальной заработной платы в Беларуси

Рисунок 1 демонстрирует соотношение кривых изменения реальной заработной платы и уровня доверия президенту с четвертого квартала

2000 года (начало «разгона» цикла перед президентскими выборами 2001 года) по первый квартал 2012 («яма недоверия» после перенесенного девальвационного шока).

Графики демонстрируют весьма схожую динамику, но хронологически области роста-падения доверия «отстают» от реальной заработной платы [5].

Более наглядно зависимость уровня доверия от циклической изменчивости реальной заработной платы видна при наложении графика изменения доверия на кривую динамики реальной заработной платы с выделенной циклической компонентой (рисунок 2).

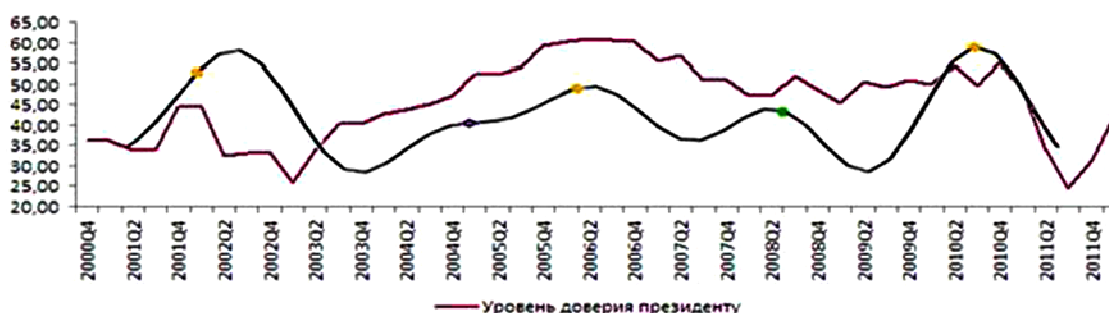


Рис. 2. Соотношение динамики доверия президенту с циклической компонентой реальной заработной платы

Период с четвертого квартала 2008 года по 4 квартал 2009 года является исключением из общей закономерности.

Это несоответствие может быть объяснено успехом государственной идеологии. Девальвация 2009 года была удачно подана как необходимая мера, принятая под давлением мирового экономического кризиса [5].

В итоге по результатам опроса Независимого института социально-экономических и политических исследований, в марте 2009 года 70,2 % респондентов указали, что экономический кризис в Беларуси в значительной или полной мере вызван мировым финансовым кризисом, и только 52,1 % обвинили в том же экономическую политику руководства страны.

Таким образом, можно сделать вывод, что на протяжении более чем десяти лет белорусы остаются весьма прагматичными и склонными менять лояльность на соответствующий уровень покупательской способности.

Литература

1. Лемешевский И. М. Макроэкономика: мировой опыт и белорусская практика. Минск: ФУ Аинформ. 2009.
2. Мэнкью Н. Грегори. Принципы экономики: перевод с английского. Питер, 2003.
3. Юрьева Т. В. Макроэкономика: методы макроэкономического анализа. Минск, 2004.

4. *Базылев Н. И.* Экономическая теория: учебное пособие. Минск, 2002.
5. *Автушко Александр.* Исследование: политико-деловой цикл в Беларуси, или политэкономия доверия президенту. Минск, 10 сентября 2012.
6. Ветер с востока. Аналитический отчет [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.iiseps.org/analitica/33>
7. *Robert Lucas.* Monetary neutrality. *Journal of Economic Theory.* University of Chicago, USA. December 7, 1995.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА

А. С. Боярин

В условиях жесткой конкуренции компании используют все возможные резервы для завоевания покупателя. Логистика – одна из немногих сфер, которая позволяет сократить расходы без существенных дополнительных затрат, а лишь с помощью оптимизации уже действующей системы. Мировой рынок логистики ежегодно растет в абсолютных значениях на 45 % в год. В результате развития логистики на национальном уровне с учетом текущего состояния данной отрасли и внедрения современных технологий возможный эффект может составить от 5 до 10 % от ВВП страны [1].

Обслуживание потребителей – превосходное конкурентное средство, которое имеет особое преимущество над ценовой конкуренцией. Обслуживание потребителей – результат деятельности логистической системы, который отражает ее эффективность. Уровень обслуживания потребителей непосредственно влияет на рыночную долю компании, на ее общие логистические издержки и, в конечном счете, на рентабельность, определяя не только лояльность уже имеющих потребителей, но и то, сколько потенциальных потребителей станут фактическими.

Обслуживание потребителей является интегрированным процессом. Во-первых, все функциональные области бизнеса фирмы – снабжение, производство и дистрибуция – должны работать вместе и поддерживать лояльность клиентов. Во-вторых, развитие специальных отношений между поставщиком и покупателем в течение некоторого периода времени помогает интегрировать отношения внутри логистических каналов [2, с. 264].

Базисными операциями деятельности компании-посредника является осуществление прямых поставок в ресторан по разовому или долгосрочному договору купли-продажи. Поставщик принимает заказы от ресторана и доставляет товары. Он также, в свою очередь, занимается администрированием и маршрутизацией доставки. Одним из базовых условий

осуществления торговой деятельности является наличие у поставщика определённого складского запаса, так как работать по системе Just-In-Time во многих случаях не предоставляется возможной из-за разности временных циклов осуществлением заказов и выработки продукции производствами.

Недостатки существующей системы ведут к тому, что основная масса поставщиков оказывает лишь ряд базовых услуг, выполняя функцию торгового посредника. Это делает её неустойчивой к колебаниям спроса на рынке, что обеспечивает малый запас прочности. Данная система связывает финансы предприятия, что ограничивает возможности развития и роста компании.

Таким образом, целесообразным является рассмотрение альтернативных подходов к построению цепочек поставок дистрибьютора для оптимизации использования ресурсов компании и сокращения логистических издержек.

В качестве альтернативы существующей системы рассмотрим модель закупок «One Stop Shopping», которая подразумевает централизацию распределительного процесса через высокопрофессионального поставщика или 3PL-провайдера, в чьи обязанности могут входить не только базовые сервисы, но ряд дополнительных услуг, таких как доставка до поставщика, управление заказами, планирование запаса, таможенное оформление, управление закупками клиента.

Уровень 3PL – уровень аутсорсинга, когда грузовладелец сам уже не занимается внешней логистикой. 3PL-провайдеры – высококвалифицированные логистические провайдеры с широким спектром услуг, объединяющие несколько (или подавляющее большинство) логистических функций. На этом уровне провайдер еще не интегрирован в хозяйственную деятельность клиента – это подрядчик по доставке грузов, частично участвующий в планировании всей логистической цепочки предприятия. Основные преимущества 3PL подхода – в оптимизации расходов предприятия и повышении его эффективности за счет сокращения операционных затрат, трудовых ресурсов, оборотного и основного капитала.

Основной задачей дистрибуции является максимальная экономия всех ресурсов в цепях поставок «производитель – потребители» при обеспечении требуемого уровня качества готовой продукции и сервиса. Стратегические решения в дистрибуции как для логистики, так для маркетинга будут зависеть от таких аспектов, как характер производства, время доставки, специфика готовой продукции, условия её хранения, а также время пользования готовой продукцией потребителем.

По некоторым исследованиям, интеграция технологий квалифицированного логистического провайдера в деятельность клиента, формиро-

вание общего информационного пространства способна сократить операционные затраты предприятия на 15 %, материальные ресурсы – на 30%. Минимизация складских запасов, сокращение ресурсных затрат на обеспечение логистического процесса способствует сокращению цикла «заказ-деньги». Отсутствие необходимости в содержании собственных материальных активов для обеспечения логистических процессов снижает уровень вложений в основной капитал предприятия.

Основной целью такого предприятия становится стремление освободить клиентов от всех связанных с логистикой задач, чтобы они смогли сконцентрироваться на своей основной деятельности: производстве и обслуживании клиентов

Концепцию подхода «One Stop Shopping» можно изложить в следующих пунктах:

1. Поставщик содержит запасы для всех ресторанов.
2. Весь ассортимент поставляется одним поставщиком.
3. Доставки в рестораны – по графику, согласованному с ресторанами (2 отгрузки в неделю в согласованное время от одного поставщика).
4. Единый стандарт качества.
5. Оптимальные транспортные затраты в целом для системы поставок [3].

Одним из вариантов решения может быть использованы системы электронного склада, работающего по принципу «Web-самообслуживания». Они представляют из себя веб-сайт, позволяющий клиентам работать со складским сервером самостоятельно. В тех случаях, где закупки уже отлажены и не требуют консультации высокопрофессионального специалиста, клиентам делегируется часть функций менеджера. Клиенты самостоятельно могут работать с прайс-листом, резервировать товары и оформлять счета через интернет. Система позволяет собирать, хранить, обрабатывать и оперативно предоставлять данные о клиентах, заявках, что обеспечивает решение самых важных задач, стоящих перед владельцами бизнеса. Основным плюсом является возможность интеграции в уже существующие системы [4].

Система разрабатывалась для автоматизации оптовых продаж компьютерных комплектующих, и может быть применена практически в любой оптовой компании.

В результате применения данной программы уменьшается время ожидания между размещением заказа и получением счета. При ручной выписке на получение счета уходит от 30 минут до суток. В системе счет готов в течение 3-х минут. Скорость работы программы не меняется в часы пик, она работает параллельно со всеми клиентами без замедления скорости обслуживания. Уменьшается количество ошибок за счет

«человеческого фактора» В случае недостатка товара на складе, клиент сразу узнает об этом и, не теряя времени, вносит изменения в заказ. Клиент видит актуальный прайс-лист и время, когда он реально сможет получить товар.

В качестве дополнительных преимуществ следует указать тот факт, что компании требуется меньше менеджеров: простые заказы принимаются автоматически, уменьшаются выплаты менеджерам и секретарям – растёт прибыль. В то же время, действующие сотрудники могут работать более продуктивно, так как они могут уделять больше времени активным продажам и поиску новых клиентов.

Надежная и своевременная доставка клиентам обеспечивается благодаря активному взаимодействию сотрудников поставщика и клиента на основании конкретных правил и обязанностей. После прибытия в распределительный центр товары проходят тщательную проверку качества, где определяются конкретные критерии для каждого продукта. Данная технология используется в дополнение к процедуре анализа рисков.

Рассмотренные концепции в сочетании с системой отслеживания товаров гарантируют максимально высокий уровень безопасности продуктов питания за счет контроля качества изделий во всех критических точках в составе цепи поставок от производителя до клиента

Литература

1. Концепции проекта «МАГ-ЛОГИСТИКА» [Электронный ресурс] Интернет-адрес: http://www.e-gorod.ru/documents/programs/mag-logo/Koncept_proj.htm
2. Уотерс Д. Логистика. Москва. Юнити. 2003.
3. Электронный журнал SupplyChainBrain [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.supplychainbrain.com/>
4. Электронный журнал Inbound Logistics [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.inboundlogistics.com/>

БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

М. В. Бурачевская

Сегодня города и регионы вовлечены в непрерывное соревнование по увеличению занятости и росту благосостояния. Чтобы расширить возможности, городам и районам нужно обладать навыками привлечения инвесторов, предприятий, жителей и туристов. Поэтому местам, как и товарам и услугам, нужен искусный маркетинг. Для этого каждый город, регион или страна должны определить свои особые черты и эффективно распространять информацию о своих конкурентных преимуществах среди «потенциальных и существующих клиентов».

Маркетинг мест (также используются термины территориальный маркетинг, брендинг мест, брендинг территории) – относительно новый термин, включающий в себя понятия национального брендинга, регионального маркетинга и городского маркетинга. Он основывается на стратегическом подходе к связям с общественностью, предполагающем, что изменение имиджа – непрерывный, целостный, системный, согласованный и широкомасштабный процесс, требующий гораздо большего, чем быстрая смена или внедрение логотипа или слогана.

Одним из постулатов брендинга территории является соответствие в восприятии её местными жителями и внешних целевых аудиторий. В этой связи о брендинге можно сказать, что он начинается с самосознания нации. А его возрождение начинается с национальной идеи. Для любой территории важна идея, которая не похожа на другие и отличает данную территорию от других и принимается местным населением.

Одни из самых сильных территорий-брендов находятся в Европе. Идёт ли речь о туристической притягательности Парижа, автомобильной мощи южной Германии или финансовой виртуозности Лондона, брендовый капитал этих мест огромен. По своему историческому и культурному богатству Европа не имеет соперников на других континентах. Эти громадные ресурсы включают в себя не только замки и другие туристические объекты, но и квалифицированную рабочую силу, важные промышленные кластеры и богатое разнообразие культур и языков.

Европейские страны и регионы испытывают сильное давление, вынужденные конкурировать как на мировом, так и на внутриевропейском рынках. Эта конкуренция усилилась, когда на рынок вышла Восточная Европа. Видя в Восточной Европе привлекательную инвестиционную альтернативу Западной Европе, ведущие автомобилестроители вложили огромные средства в возведение там новых заводов. В исследовании, проведённом компанией Haley and Baker, занимающейся консалтингом в сфере операций с недвижимостью, более 500 руководителей европейских компаний были опрошены о наиболее вероятных территориях, куда придут их фирмы в случае расширения бизнеса. Руководители назвали Варшаву, Прагу, Москву и Будапешт. Беларусь находится в Восточной Европе, но Минска в этом списке нет.

В такой турбулентной среде перед территориями, в частности перед Республикой Беларусь, стоит задача представить на рынок нечто настоящему превосходное и уникальное. Стремление территории обеспечить уникальное положение и позитивный имидж на громадном европейском рынке является критически важным элементом стратегического маркетинга. Каждое место должно выработать комплекс предложений и

преимуществ, который может соответствовать ожиданиям большого числа инвесторов, новых бизнесов и посетителей.

Маркетинг территории в своей основе состоит из четырёх компонентов:

1. Разработка для территории крепкого и привлекательного позиционирования и имиджа.

2. Создание стимулов для существующих и потенциальных покупателей и пользователей товаров и услуг.

3. Поставка продуктов и услуг данной территории в эффективной и доступной форме.

4. Пропаганда привлекательных и полезных качеств данной территории с целью полноценного информирования пользователей о её отличительных преимуществах.

В Европе достаточно распространена практика организации групп планирования из государственных чиновников местного или регионального уровня. Иногда нанимают стороннего консультанта для расширения перспективы и получения взгляда со стороны. Однако чтобы добиться успешного результата группа планирования должна с самого начала включать в себя представителей местных деловых кругов. Тщательное планирование требует использования коммерческих знаний на самой ранней стадии, потому что сотрудничество государственного и частного секторов является залогом будущего успеха.

Примеры многих стран показывают, что толчком к созданию стратегий территорий являются значимые для страны и/или региона события. Для Барселоны это были Олимпийские игры 1992 года, для Германии - Чемпионат мира по футболу 2006 года. Для Беларуси – это может быть Чемпионат мира по хоккею 2014 года.

Сегодня Беларусь чаще всего знают по трактору «Беларусь», как часть России, где чистые улицы, красивые девушки, родина Марка Шагала, по брендам «Милавица», «Гефест», «Савушкин продукт». Все эти восприятия сформировались стихийно, либо усилиями отдельных предприятий. Следует понимать, что бренд страны формируется из отдельных элементов: имиджа знаменитых людей, победах на спортивных мероприятиях, экспортных брендов, туристических мест. Имидж страны – это большой единый пазл из множества более маленьких имиджей. Тем не менее, большинство целевых групп недостаточно знают о Беларуси.

Интересно, что многие наши товары уже имеют позиции стихийно сформировавшихся брендов. В России можно услышать такие уже прижившиеся понятия как «белорусская мебель», «белорусская косметика», «белорусский трикотаж», «белорусская обувь». Например, по статистике поисковой системы Yandex.ru за 2010 год слово «белорусское» искали 5 952 415 раз, преимущественно в России и странах СНГ. Из товарных

групп самыми популярными стали сочетания «белорусская мебель» (198 976 раз) и «белорусский трикотаж» (173 223 раза). Это говорит о том, что стихийно созданный бренд «белорусское» существует. Он требует своей доработки, шлифовки и продвижения. Здесь важна роль отраслевых или региональных объединений, ассоциаций, которые должны взять на себя роль выбора позиционирования и продвижения своих отраслей и кластеров.

Сейчас бренд Минска находится на стадии разработки. В середине июня 2012 года Мингорисполком объявил тендер на закупку услуги по разработке бренда Минска, заказчиком которой выступил Информационно-туристский центр "Минск". Конкурс заинтересовал 10 компаний, но условия оказались настолько жесткими, что дошли до финиша (то есть подали конкурсные предложения) только две – имеющая белорусские корни британская компания INSTID и Центр системных бизнес технологий "Сатио".

6 декабря на форуме "Имидж Республики Беларусь: время действовать" победитель тендера INSTID представили логотип и слоган "Think Minsk", которые вызвали активные обсуждения в интернете, но всё же не нашли массовой поддержки среди минчан.

Взяв полгода на доработку, в апреле 2013 INSTID представили обновлённый вариант логотипа Минска, в основе которого – чередование белых и голубых полос одинаковой ширины. Яркие, узнаваемые бело-голубые полосы кодируют в себе нужную информацию о Минске и его жителях. Эти форма и цвет, по мнению разработчиков, задают направление для формирования уникального городского стиля.

В июне 2013 г. в Минске пройдёт Второй Международный Фестиваль территориального маркетинга и брэндинга OPEN при поддержке центра системных бизнес-технологий SATIO. Это событие включает в себя конкурсную программу, а также мастер-классы мировых брэнд-гуру в сфере странового маркетинга и брэндинга.

Подводя итог, отмечу, что Беларусь уже вступила в стадию разработки собственного бренда и продвижения территории. Всё больше и больше видео о красотах белорусской природы, интернет-сайтов об истории, культуре и бизнесе в Беларуси, предложений от рекламных агентств по разработке логотипов, слоганов и туристических концепций. И хоть все эти действия пока разрознены и не имеют единого центра и единой стратегии, хочется верить, что мы на правильном пути по определению идентичности, позиционирования, целей, инструментов продвижения своей территории.

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС TIFFANY & CO

А. В. Воронцовская

ВВЕДЕНИЕ

Представители Tiffany & Co считают своим моральным долгом помочь сохранить красоту природы, элементы которой компания воплощает в своих ювелирных изделиях. Социальная ответственность полностью интегрирована в каждом аспекте Tiffany & Co. Компания гордится результатами, которых достигла, но в то же время она признает, что многое еще предстоит сделать.

СЫРЬЕВЫЕ РЕСУРСЫ

Tiffany & Co:

- исследует качество используемых в их продукции материалов на соответствие их экологическим и социальным стандартам;
- следит за качеством источников данных материалов;
- активно взаимодействует с горнодобывающей промышленностью, неправительственными организациями и местными общинами;
- разработала программу для обеспечения соблюдения прав человека и прав работников;
- поддерживает развитие микрорайонов в регионах закупки сырья.

Компания считает, что промышленность и общество должны работать вместе, чтобы найти баланс, который привёл бы к более устойчивой деятельности в будущем.

СОХРАННОСТЬ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Tiffany & Co стремится к минимизации воздействия на окружающую среду и защите природного мира. За многие годы компания добилась защиты мест, где, по их мнению, добыча не должна происходить. В 1996 году Tiffany & Co способствовала недопущению строительства золотого рудника, угрожающего Йеллоустонскому национальному парку. В 2004 году Tiffany & Co выступила против создания горнодобывающего предприятия Rock Creek Mine в пустыне штата Монтана. Tiffany & Co поддержала Конгресс США в вопросе реформирования Основного закона горного дела 1872 года и введения более строгого экологического контроля за горными работами на государственных землях.

ГОРНОЕ ДЕЛО

Tiffany & Co добывает драгоценные камни и металлы из рудников, соответствующих высоким стандартам социальной и экологической ответственности. Вертикальная интеграция позволяет компании гарантировать качество их продукции.

Основные принципы

- Новая разработка рудника или расширение существующих рудников никогда не должны происходить в природоохранных зонах или в районах, обладающих высокой культурной ценностью.
- Предотвращение нанесения ущерба воздуху, воде и почве.
- Права человека и трудовые нормы должны соблюдаться сторонами.
- Владельцы шахт должны быть обеспечены надлежащей и обоснованной в финансовом отношении гарантией для покрытия расходов на закрытие шахт, очистку и восстановление среды.
- Отходы не должны размещаться в реках, ручьях, озерах и водах океана, а должны быть соответствующим образом утилизированы.

Цели дальнейшего развития

- Выступления против разработок новых шахт, угрожающих местам с высокой экологической и культурной ценностью.
- Участие в публичных дебатах с целью усиления регулирующего надзора в горнодобывающей промышленности.
- Постоянное совершенствование геологоразведочных работ.

СТАНДАРТЫ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В 2003 году Tiffany & Co способствовала публикации Framework – руководства по развивающимся странам. Цель руководства – продвигать продуктивные дискуссии, действия правительства, розничной торговли, гражданского общества, горнодобывающей промышленности и др.

Также компания является одним из основателей Совета Ответственных Ювелирных изделий (РЕК). РЕК – международная организация, созданная для укрепления доверия потребителей в ювелирной промышленности. В 2011 году Tiffany & Co получила РЕК сертификат как член глобальных операций.

Инициатива по обеспечению ответственного горного дела (IRMA)

IRMA стремится создать добровольную систему экологических прав человека и социальных стандартов для добычи полезных ископаемых.

IRMA работает, чтобы обеспечить:

- Независимую проверку третьей стороной.
- Справедливое и равноправное распределение выгод для пострадавших общин с защитой их прав.
- Предотвращение и эффективное реагирование на потенциальные негативные последствия для окружающей среды, здоровья, безопасности и культуры.
- Повышение акционерной стоимости.

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Tiffany & Co имеет долгую историю экологически ответственных инноваций упаковки и продолжает улучшать ее характеристики.

Лесной попечительский совет

В 2011 году 100 % поставщиков для производства голубых сумок и коробок были сертифицированы Лесным попечительским советом (FSC).

FSC – организация, созданная для содействия социально-ответственному управлению лесами в мире, оценки их лесохозяйственной деятельности и отслеживания выполнения лесных законов. Сертификация Лесного попечительского совета гарантирует, что древесина и изделия – из бумаги из возобновляемых и хорошо управляемых ресурсов. Используются ресурсы, содержащие 55–90 % переработанных материалов и пригодных для вторичной переработки. В 2011 году более 89 % ресурсов, используемых для производства Vox Tiffany Blue, возникло из переработанных материалов (2010 год – 83 %). Tiffany & Co призывает присоединиться к защитникам находящихся под угрозой исчезновения лесов в Индонезии и по всему миру.

СОТРУДНИКИ

Компания ценит в своих сотрудниках интерес к вопросам, имеющим важное для нее значение. Кроме того, ценится участие в общественной жизни компании. Tiffany & Co реализует различные социальные про-

граммы. В 2011 году 11 % служащих Tiffany & Co приняли участие в программе волонтерства. Компания вложила в неё более \$ 315,000.

ПОСТАВЩИКИ

Tiffany & Co гарантирует, что их поставщики компании работают в соответствии с социальной программой подотчетности, которая следит за соблюдением основных прав человека. Эта программа оценивает результаты работы поставщиков компании в отношении: времени работы, заработной платы, здоровья, безопасности и т.д.

Представители компании внедрили процесс оценки поставщиков:

- Tiffany & Co выполняет внутренние аудиты их поставщиков.
- Tiffany & Co заключает контракты с третьими сторонами аудиторской фирмы для проверки их поставщиков.
- В компании проверки проводятся в течение двухлетнего цикла. Процент высокого риска в отношении поставщиков снизился с 23 % (2010) до 13 % (2011).

Когда поставщики не соответствуют требованиями компании, Tiffany & Co старается исправить несоблюдение правил. Если поставщик продолжает не отвечать требованиям, связь прерывается.

ЛИДЕРСТВО В ОТРАСЛИ

В 2012 году Tiffany & Co вошла в состав FTSE4Good®. FTSE4Good® является уважаемым социально ответственным инвестором, который выбирает компании с учётом их устойчивости в отношении окружающей среды, прав человека, противодействия взяточничеству и т.д.

В 2009 году Tiffany & Co поместила информацию в National Jeweler журнал для повышения осведомленности в ювелирной отрасли о ресурсах горного хрусталя в Бристольском заливе на Аляске.

ФОНД TIFFANY & CO

Фонд Tiffany & Co был создан в 2000 году. Одним из ключевых направлений деятельности Фонда грантов является горное дело. Фонд поддерживает развитие добычи драгоценных металлов и камней.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

В 2011 году Tiffany & Co пожертвовала на благотворительные цели более 2 % от суммы налогов. Tiffany & Co убеждена в том, что успешная компания несет ответственность за общество.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.tiffany.com>

БРЕНД КАК ОСНОВА УСПЕШНОГО СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Е. Д. Гракович

Еще в древние времена для отличия своих вещей от чужих, люди изобрели специальные знаки собственности. Первые такие знаки или, можно сказать, бренды как юридические формы защиты результатов труда появились в конце средних веков. Тем не менее, настоящий расцвет идеи бренда пришелся на вторую половину двадцатого века, и связано это было с появлением на рынке большого количества похожих товаров.

1. РАСКРЫТИЕ ПОНЯТИЯ БРЕНДА

Бренд – это та осведомленность об отличных качествах, та репутация, тот имидж, те ассоциации, которые возникают в сознании людей, когда они слышат или видят атрибуты объекта. Бренд – это ярлык, который потребитель мысленно наклеивает на товар. Основная функция бренда – производить впечатление. Как сказал один из создателей теории брендинга, Дэвид Огилви: «Бренд – это неосоздаваемая сумма свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования. Бренд – сочетание впечатления, которое он производит на потребителей, и результата их опыта его использования» [1].

Часто происходит так, что люди путают два близких понятия – бренд и торговая марка. Однако разница есть. Торговой маркой владеют почти все компании, брендом – единицы. Торговая марка – это лишь часть бренда. Бренд не только помогает производителю информировать потребителей об основных ценностях своего товарного предложения, но и придает бизнесу устойчивость за счет поддержки лояльно настроенных клиентов. Для потребителей бренд – это залог экономии времени на принятие решения о покупке [2].

Одно из преимуществ фирм, работающих во имя своих брендов, заключается в том, что все действия проверяются на соответствие бренду.

Каждый раз, решая о проведении каких-либо изменений в работе фирмы, такие компании задаются вопросом: «Пойдет ли это на пользу бренду или нет?» [1].

За последние годы понятие бренда заметно эволюционировало. С начала 21 века пришло осознание того, что люди стремятся быть частью бренда. Бренд соединяет. Это осознание демонстрирует позиция создателей знаменитого кофейного бренда Starbucks [2].

Перейдем непосредственно к процессу создания и управления брендом. Этот процесс называется брендингом.

2. БРЕНДИНГ

Брендинг – это приемы создания особого впечатления, которые вносят свой вклад в общий имидж и в отношении целевого сегмента рынка к бренду. Брендировать значит делать что-то более ценным, сущность брендинга заключается именно в добавлении ценности [2].

В брендинге учитываются физические свойства продукта, чувства, которые он вызывает у потребителя. При этом необходимо влиять не только на сознание человека, но и на его эмоции, тем самым, воздействуя на подсознание. Если на рынке товар имеет успех, то в любой момент найдутся подобные ему товары, которые будут повторять его успешный образ. Поэтому брендинг – постоянно развивающаяся деятельность, которая отсекает конкурентов [6].

Многие специалисты в области брендинга считают, что бренд может определить жизнь компании даже в большей мере, чем прибыль. Прибыль не уникальна. Бренд же зарабатывает на своей уникальности. Сегодня правит тот, кто отличается.

Однако опасно недооценивать значение сходства. Основная характеристика успешного бренда – его правильное позиционирование, а для этого надо четко понимать как конкурентные различия, так и сходства. Правильное позиционирование бренда делает его понятным, и потребители предпочтут именно его, даже если продукт менее популярного бренда-конкурента на самом деле лучше [2].

3. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

Одна из основных задач, которая стоит перед брендом – это упрощение выбора. Потребитель сталкивается с массой похожих товаров, и у него нет времени сравнивать все характеристики. Выходом из этого положения является позиционирование каждого конкретного товара. По-

позиционирование бренда – это место на рынке, которое занимает бренд по отношению к конкурентам. Грамотное позиционирование позволяет не только определить место своего товара на рынке, но и предоставить ему дополнительное конкурентное преимущество. Например, шампуни, предназначенные «для длинных волос» и «для светлых волос», обрели успех, т.к. обращались к конкретной аудитории. С другой стороны, слишком подробное позиционирование может привести к негативным последствиям. Например, слишком широкий модельный ряд затрудняет выбор покупателя. Таким образом, фирма возвращается к проблеме, от которой она пыталась уйти с помощью бренда [3, 4, 5].

4. СТЕПЕНЬ УЗНАВАЕМОСТИ

Узнаваемость – обязательная составляющая в достижении успеха любой торговой марки. Высшим уровнем узнаваемости является запоминаемость бренда. Простейший способ повысить узнаваемость товара – это транслировать информацию о продукте как можно чаще, а также везде, где это возможно. Человек запомнит то, что слышал и видел много раз, либо то, что его не оставило равнодушным [2].

5. СЕНСОРНЫЙ БРЕНДИНГ

Многократному воздействию рекламы противостоять крайне трудно. Однако кроме зрения человек обладает и другими органами чувств – слухом, осязанием, вкусом и обонянием. И здесь зарождается идея сенсорного брендинга. У каждого человека больше других развит один вид памяти, и этим можно воспользоваться при построении рекламной кампании. Рассмотрим особенности каждой целевой аудитории.

Визуалы. Самая многочисленная группа людей. Для этой группы крайне важна внешняя составляющая товара. Рекламную кампанию для визуалов следует строить, основываясь на их зрительной памяти. Это значит, что должны быть использованы преимущественно телевидение и печатная реклама.

Аудиалы. Люди с доминирующей аудиальной памятью большое значение придают окружающим их звукам. Не многие бренды могут похвастаться легко узнаваемой фирменной мелодией. Особое внимание на звуковую составляющую стоит обратить производителям сухих завтраков, сухариков и чипсов. Так американская компания по производству сухих завтраков «Kellogg's» осознала, какое значение потребители придают хрусту продукта, и потратила немалые средства на разработку спе-

циального звука, сопровождающего рекламный видеоролик. Основными каналами распространения информации о продукте для аудиалов должны стать радио и телевидение.

Кинестетики. Люди, ориентирующиеся на тактильные ощущения. Многослойная, нестандартная упаковка закрепит товар в памяти кинестетика. Удачным примером такой упаковки может служить бренд Smirnoff. Для нового продукта была разработана обертка, имитирующая кожуру плода. Оригинальность упаковки в том, что от нее остается подобие реальной кожуры. Рекламную кампанию для таких товаров лучше всего проводить с проведением промоакций и конкурсов.

Люди с развитой обонятельной и вкусовой памятью. Большинству компаний крайне трудно сделать запах фирменным атрибутом своего бренда. Однако его можно использовать при проведении рекламной кампании и для стимулирования сбыта. Например, аэрозоль с запахом свежей выпечки, которую распыляют в супермаркетах. Чтобы потребитель вспоминал продукт по запаху или вкусу, наиболее целесообразно проводить дегустации.

Все виды памяти в той или иной мере развиты у каждого человека. Использование идей сенсорного брендинга, несмотря на сложность их реализации, способно давать ощутимые результаты [2].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Создание бренда – это творчество, основанное на глубоком знании рынка. Цена ошибки может составлять гигантскую сумму. Однако успешный бренд – настоящее сокровище, которым владеет компания. Чем значимее для потребителя бренд, тем большую цену он готов платить, тем самым увеличивая прибыль компании. Не каждое имя может стать брендом, не каждый может удержать уровень. Но в том то и дело, брендами становятся лучшие из лучших.

Литературы

1. *Перция В.* Влияние брендов на рациональную покупку // Интернет-издание Marketing Mix. 2002.
2. *Гиль О.* Рецепты запоминаемости, или как зарубить на нос // Журнал Продвижение Продовольствия. PROD&PROD. 2011. № 8.
3. *Drucker Peter R.* Management. Tasks. Responsibilities. Practices / New York, 1973.
4. *Evans Joel R., Berman Barry.* Marketing / New York, 1992.
5. *Алексеенко Л.* Бренд создать – не поле перейти. А продвинуть его и того сложнее / 1999.
6. *Зоткин А. Ю.* Бренд как основа успешного современного бизнеса / 2001.
7. *Гусева О. В.* Брэндинг. 2000.

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС НА ПРИМЕРЕ АМЕРИКАНСКОЙ КОМПАНИИ STARBUCKS COFFEE COMPANY

А. Д. Доморад

Одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» («Starbucks Coffee Company») включает политику социальной ответственности во все аспекты своей работы. Это касается подходов к выбору поставщиков кофе (соблюдение прав человека, норм охраны труда компаниями-производителями кофе), отношения к окружающей среде, к персоналу. С 1998 г. «Старбакс» поддерживает организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия через изменение подходов к производству кофе [1, с. 75].

1. Забота о кофейпроизводящих странах.

Starbucks принимает серьезные меры, чтобы помочь кофейным фермерам повысить уровень их жизни и защитить среду, в которой они выращивают кофе.

Они внимательно изучили многие проблемы, с которыми сталкиваются фермеры, в том числе экономические и экологические. Забота о кофейпроизводящих странах – их вариант оказания помощи фермерам в решении стоящих перед ними проблем, компания одновременно поддерживает в стабильном состоянии их плантации, внимательно относится к вопросам защиты окружающей среды и сохраняет высокие стандарты по качеству кофе.

2. Забота об окружающей среде.

Принимая меры по сокращению отходов при производстве и переработке, компания сохраняет природные ресурсы земли и повышает уровень жизни на всем земном шаре. Starbucks активно выискивает возможности минимизации воздействия на окружающую среду и создания здоровой планеты.

3. Забота о сообществах.

Местные кофейни Starbucks стали центральной частью многих микрорайонов, они служат местом, где люди могут собраться, поговорить, пообщаться, приятно провести время. Но Starbucks считает, что может принести больше пользы местным сообществам тем, что старается сделать своих партнеров ответственными соседями и активными участниками событий тех районов, в которых они живут и работают. Это важная часть культуры и ценностей данной компании.

4. Забота о сотрудниках (партнерах).

Более 63 000 человек работает в Starbucks, и все эти люди являются инструментом успеха компании. А так как успех во многом зависит от

преданности партнеров, основной задачей компании является показать им, насколько они ценимы и уважаемы.

5. Текст миссии компании Starbucks.

Утвердить Starbucks на позициях основного мирового поставщика высококачественного кофе, сохраняя по мере роста и развития приверженность нашим бескомпромиссным принципам. Изложенные ниже шесть основополагающих и руководящих принципов помогают нам взвешивать адекватность принимаемых решений:

- Обеспечивать превосходную рабочую атмосферу и относиться друг к другу с уважением и достоинством.
- Позитивно воспринимать разнообразие, которое является составной частью нашего бизнеса.
- Применять высочайшие и самые совершенные стандарты при закупке, обжарке и подаче посетителям свежего кофе.
- Работать с энтузиазмом, доставляя удовольствие посетителям.
- Оказывать помощь и поддержку нашим местным общинам и вносить свой вклад в защиту окружающей среды.
- Понимать и признавать, что прибыльность лежит в основе будущего процветания [2].

Социальная ответственность предприятия – это добровольный, выходящий за рамки законодательного минимума вклад компании в развитие общества, включающий ответственность делового партнера, работодателя, производителя и участника социальных отношений. Каждая компания вольна выбирать способы проявления социальной ответственности, соответствующие её позиции, задачам, возможностям [3].

Литература

1. *Косенко О. И., Шурус А. А.* Социальная ответственность бизнеса: уроки истории, опыт развитых стран и современной России: Монография / Акад. труда и соц. отношений. М.: АТИСО, 2008.
2. Интернет-адрес: <http://starbuckscoffee.ru/ru/>.
3. *Косенко О. И.* Корпоративная социальная ответственность: уроки мирового опыта и российская действительность // Труд и соц. Отношения, 2010. №3.

ЭЛЕМЕНТЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

П. Н. Драницына, В. А. Коваленко

Каждый индивид в той или иной степени является объектом психологического воздействия. Ежегодная сумма затрат всех мировых компаний на рекламу своей продукции составляет около 500 млрд долларов, и с каждым годом эти данные только растут [1]. Все эти вложения имеют

одну единственную цель: воздействовать на решение потребителя потратить деньги на тот или иной товар.

Какими бы ни были попытки потребителя ограничить себя от данного воздействия, будь то отказ от телевидения или избегание навязчивых торговцев, факты всегда будут говорить за себя: если деньги продолжают вкладываться, значит, они продолжают приносить прибыль, а из этого следует вывод, что воздействие на потребителя – весьма эффективное и выгодное дело.

ФОРМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Можно выделить две формы психологического воздействия: прямое и косвенное. [2, с. 66]. Прямое воздействие, чаще всего, используется в случаях, когда заинтересованная аудитория сосредоточена на благоприятных моментах и готова потратить своё время и силы на анализ представленной её вниманию информации. Как правило, прямому воздействию лучше всего поддаются люди с аналитическим складом ума, так как они полагаются не только на привлекательность обращения, но и на свою когнитивную реакцию. Таким образом, использование прямого психологического воздействия будет наиболее эффективным в ситуации, когда человек уже решился на покупку, однако пытается выбрать из многообразия моделей продукции.

Элементы косвенного воздействия можно проследить в ситуациях, когда человек не планировал делать какую-либо покупку, однако некие случайные факторы «заставили» его это сделать. Как правило, влияние косвенного воздействия построено на неких элементах убеждения, либо же связано с некоторыми ассоциациями, которые сложились у человека относительно данной продукции. Примером косвенного воздействия может стать любая незапланированная покупка в магазине.

Как показало классическое исследование Г. Мюнстерберга, прямое воздействие может выступать элементом косвенного. Знаменитый психолог свою точку зрения объяснял следующим образом: «Под косвенными влияниями мы понимаем те социальные влияния, которые воздействуют на индивидуума через посредство социальной среды. Если мы воздействуем на душевную жизнь среднего человека, повышая общий уровень морали и правосознания, образования и религиозности во всем народонаселении, то жизнь социальной среды становится причиной перемен в индивидууме» [2, с. 66–68].

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ БЛАГОДАРНОСТЬЮ

Воздействие на потребителя благодарностью в первую очередь связано с естественным стремлением человека отблагодарить за помощь или за то хорошее, что ему предоставляют. Данный элемент воздействия очень часто используют во всевозможных магазинах, где человека угощают кофе или коктейлем, и он автоматически чувствует дискомфорт, связанный с тем, что он ничего не собирался покупать. Как следствие у него появляется чувство долга купить что-либо в данном магазине, и таким образом отблагодарить продавцов за проявленное гостеприимство.

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ БЛАГОРАСПОЛОЖЕНИЕМ

Воздействие на потребителя благорасположением основано на том факте, что люди легко соглашаются с теми, кто им симпатизирует. Этот метод воздействия часто используется опытными консультантами или продавцами в магазинах, которые стремятся произвести наилучшее впечатление на потенциального покупателя. Продавец будет мило улыбаться, рассказывать про свою семью, постарается найти что-то общее с покупателем, подчеркнёт тот факт, что он сам пользуется данной продукцией. У покупателя автоматически появляется положительное впечатление и о продавце, и о продукции, и таким образом у него появляется желание приобрести данный товар.

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ «ОГРАНИЧЕННЫМ КОЛИЧЕСТВОМ»

Воздействие на потребителя «ограниченным количеством» связано с тем, что человек стремится приобрести товар, который в скором времени может стать недоступным. Как правило, этот метод воздействия используется на всевозможных акциях: продавцы подчёркивают, что только сегодня можно приобрести данный товар за полцены, завтра такой возможности уже не будет. Таким образом, у человека появляется резкое желание купить товар прямо сейчас, так как он боится упустить такую возможность.

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ ПОДРАЖАНИЕМ

Психологическое воздействие на потребителя подражанием основано на том факте, что люди склонны поступать точно так же, как и другие. Рекламные акции, которые проводятся в людном месте, являются прекрасным примером данного метода психологического воздействия. Как

правило, во время такого рода акций раздаётся какой-нибудь громкий звуковой сигнал, который говорит о том, что кто-то стал «счастливым обладателем» какого-либо товара. Как следствие, люди, услышав данный сигнал, подходят к месту проведения акции и, мотивируемые желанием быть такими же, как и все, они, не осознавая этого, автоматически хотят стать обладателем точно такого же товара.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном материале были рассмотрены лишь некоторые элементы психологического воздействия, на самом деле их намного больше. Однако, основываясь даже на этих четырёх методах, можно сделать вывод, что, зная основные элементы психологического воздействия, можно очень сильно повлиять на выбор потребителя. При этом, используя данные методы и хорошо разбираясь в психологии поведения потребителя, можно кардинально поменять его основные ценности. Психологическое воздействие, как и реклама, может в определённой степени изменить покупательские привычки потребителя.

Таким образом, при помощи методов психологического воздействия можно представить покупателю какой-нибудь новый продукт, о котором он раньше не знал, и, скорее всего, на которой не обратил бы внимание.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://www.profi-forex.org/novosti-dnja/entry1008059828.html>
2. *Кабаченко Т. С.* Методы психологического воздействия: Учебное пособие. М., 2000.
3. *Шейнов В. П.* Скрытое управление человеком (психология манипулирования). М., 2006.
4. *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб, 2000.
5. *Шейнов В. П.* Убеждающие воздействия. М., 2010.

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ БИЗНЕСА: ПЯТЬ ГЛАВНЫХ ТРЕНДОВ

Е. С. Дымова

За последние десятилетия в самосознании людей произошли серьезные изменения, обусловленные резкими трансформациями социально-экономических условий жизнедеятельности. В современном мире появились новые правила и образцы социального поведения, изменились социальные представления, ожидания и идеалы, отсутствуют единые заданные стандарты, на которые ориентируются сегодня и стремятся им

соответствовать как отдельный человек, так и различные социальные группы. Также изменились и образцы, представления. Эти перемены в личностно значимой форме, в первую очередь, сказываются на психическом состоянии и жизни людей. Вам говорили: если прилежно учиться в школе, поступить в хороший вуз и с успехом его окончить, то успех в жизни гарантирован. Возможно, так и было пятьдесят лет назад. Но сегодня все иначе. Если вы хотите добиться успеха в современном мире, следует заняться получением навыков, полезных в реальной жизни, и работать над выработкой таких качеств и навыков, которые позволят вам значительно опередить дипломированных отличников. И не важно, учились вы в университете или нет. Все больше людей (включая и тех, кто еще не получил высшего образования) начинают осознавать, что старый рецепт успешной карьеры больше недействителен. Пришла пора искать новые пути. Рассмотрим некоторые пути решения, применимые непосредственно в бизнес-образовании: дистанционное обучение (ДО), персонализация, геймификация, интерактивные учебники, а также обучение через видеоигры. Теперь более подробно разберем каждый из путей развития системы образования в сфере бизнеса. Итак:

1. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ

Дистанционное обучение – взаимодействие учителя и учащихся между собой на расстоянии, отражающее все присущие учебному процессу компоненты (цели, содержание, методы, организационные формы, средства обучения) и реализуемое специфичными средствами Интернет-технологий или другими средствами, предусматривающими интерактивное обучение.

По технической основе передачи данных можно выделить следующие формы ДО: рассылка печатных материалов по почте; рассылка аудио-, видео- кассет, дискет, CD-ROM; средствами аудиографики (интерактивные доски, а также учебное кино, радио, телевидение); через интерактивное WebTV и видео конференции; через телеконференции Usenet, IRC; через электронную почту и листы(списки) рассылки; через web-страницы; через чат, web-форум и гостевую книгу.

ДО позволяет: снизить затраты на проведение обучения (не требует затрат на аренду помещений, поездок к месту учебы, как учащихся, так и преподавателей); проводить обучение большего количества человек; повысить качество обучения за счет применения современных средств, объемных электронных библиотек и т.п.; создать единую образовательную среду. Формами организации дистанционных занятий являются: чат-

занятия, веб-занятия, телеконференция, телеприсутствие. Наиболее яркими представителями, использующими ДО являются: KhanAcademy, 2Тор.

Также следует обратить внимание на:

2. ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Персонализация – процесс, в результате которого субъект получает идеальную представленность в жизнедеятельности других людей и может выступить в общественной жизни как личность.

Современное образование стремится к универсализации, пытаясь моделировать людей максимально похожими друг на друга. Школы и университеты видят в своих учениках классические «черные ящики»: они закачивают одинаковую информацию и ожидают одинаковой ответной реакции, не принимая во внимание индивидуальные характеристики. Такой подход уже устарел, и давно пришло время от него отказаться. В будущем компьютеры будут составлять персональные программы для каждого школьника и студента, подстраиваясь под его интеллектуальные и эмоциональные особенности. Примерами компаний, внедряющих персонализацию в свои программы являются: Knewton – коммерческий стартап, основанный в 2008 году. Knewton предлагает создателям онлайн-курсов использовать разработанный компанией движок, который детально анализирует прогресс студента по конкретному предмету.

Следующим моим предложением в совершенствовании образования для бизнеса будет:

3. ГЕЙМИФИКАЦИЯ

Геймификация – все, что связано в бизнесе с применением игровых механизмов.

«Относись к работе как к игре. И тебе никогда не придется жаловаться на трудную работу». Геймификация эксплуатирует известное свойство мозга: ему очень нравится получать вознаграждение за проделанную работу. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть на игры в социальных сетях, где вознаграждения в виде разнообразных достижений сыплются буквально после каждого клика мышкой. Сторонники геймификации предлагают максимально интегрировать игровые элементы в повседневную жизнь с целью максимизации вовлеченности человека. Основными характеристиками геймификации являются: динамика, механика, эстетика, соц. взаимодействие. С помощью геймификации можно стимулировать и подкреплять нужное поведение у отдельных людей или даже целых групп. Это называется подкреплением. Существует 4

подкрепления: позитивное, негативное, наказание, гашение. Примерами компаний, занимающихся разработкой различных программ, приложений использующих геймификацию за основу являются: Codeacademy – популярные интерактивные курсы по изучению основ программирования, а также KhanAcademy – геймификация глубоко зашита в логику работы сайта.

Следующий пункт является на начальном этапе не очень выгодным, однако весьма эффективным и это:

4. ИНТЕРАКТИВНЫЕ УЧЕБНИКИ

В системе образование привыкли к стандартным вещам и программам, которые должны строго соблюдаться. А если, открывая учебник, на какой либо странице, можно увеличить или уменьшить рисунок, кликнуть мышкой или прикоснуться пальцами и узнать необходимую информацию о части открытого вами рисунка. Хотя фактически единственным аргументом в пользу учебников старого образца остается немного мифический «запах бумаги», их перевод в цифровой формат происходит крайне неспешно. Интерактивные учебники имеют массу плюсов, таких как: повышают интерес к процессу обучения; предоставляют большой объем информации, возможность скачивать из интернета ресурсы учебного назначения; дают возможность использования материалов для контроля и самопроверки; осуществлять личностно-ориентированный подход к обучению; удобен в использовании. Примерами компаний, работающих с интерактивными учебниками (разработка, сдача в аренду и т.д.) являются: Chegg – лидер на рынке аренды учебной литературы; InklingSystems – молодая компания, разрабатывающая и продающая платформу, которая помогает издателям создавать интерактивные учебные пособия как для планшетных компьютеров, так и для открытого веба.

И заключительным решением будет являться:

5. ОБУЧЕНИЕ ЧЕРЕЗ ВИДЕОИГРЫ

Видеоигры: улучшают ориентирование в пространстве; усиливают концентрацию внимания; позволяют развить навыки планирования и принятия решений; ускоряют мозговую деятельность; улучшение рабочей (кратковременной) памяти; развивают стратегическое, творческое, нестандартное мышление и воображение. Групповые игры учат взаимодействию между людьми и терпению в группе. Несмотря на очевидный потенциал, обучение через видеоигры в современных образовательных

учреждениях практикуются крайне редко. Виной тому не только преубеждение общества, но и огромные средства, которые требуются на создание красивых и сложных игровых миров. Для преодоления этого барьера потребуются политическая воля. Примерами компаний занимающихся разработкой различных видеоигр, применимых в обучении являются: PersuasiveGames – коммерческий стартап одного из главных современных теоретиков видеоигр Яна Богоста, который занимается разработкой обучающих игр по заказу бизнеса, СМИ и НКО.

ВЫВОД

В вышеизложенном материале были представлены лишь некоторые варианты совершенствования бизнес-образования такие как: ДО, персонализация, геймификация, обучение через видеоигры, а также обучение с помощью интерактивных учебников. Они являются наиболее реальными и действенными, а также универсальными, так как подходят для разных категорий граждан. Также они смогут охватывать большее количество человек, что будет выгоднее как для университета, так и для самих студентов.

Литература

1. Галло К. iПрезентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. М., 2010.
2. Интернет-адрес: <http://www.forbes.ru/tehnobudushchee/>.
3. Интернет-адрес: <http://www.adme.ru/articles/>.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ ПОДДЕРЖКИ ВОДИТЕЛЕЙ ГРУЗОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

К. А. Исайченко

Мастерство водителей на любом предприятии имеет большое значение. А, например, на автотранспортном от этого фактора зависит около 40 % всех эксплуатационных затрат. В связи с этим, стоит уделять достаточное количество внимания соответствующей подготовке водителей и постоянному поддержанию их профессиональных навыков на должном уровне.

Для осуществления этих задач и существует система поддержки водителей (СПВ). СПВ – это система, которая непрерывно анализирует данные, поступающие от различных датчиков на автомобиле, обеспечивая постоянный контроль над действиями водителя. Цель системы – многосторонняя оптимизация автомобиля, позволяющая достичь экономии топлива без снижения производительности. Она оценивает вожде-

ние на базе основополагающих параметров, дает советы и рекомендации водителю и выставляет общую оценку его стилю вождения. Система разработана с целью заставить водителя следить за своими действиями, осознавать и исправлять допущенные ошибки [1, с. 4].

Такая система помогает водителю осуществлять управление транспортным средством наиболее грамотным и эффективным способом, не отвлекая при этом его внимания и не оказывая раздражающего воздействия. Критерии для выставления оценок варьируются в зависимости от условий движения. Например, при движении по холмистой местности оценивается эффективность использования педали газа и кинетической энергии автомобиля на различных рельефах. Также проводится оценка способности водителя предвидеть изменения дорожной обстановки посредством анализа данных об интенсивных разгонах и торможениях, а также промежутках времени между ними. Оценивается частота и резкость торможения, а также эффективность использования ретардера и моторного тормоза-замедлителя. Правильность выбора конкретной передачи оценивается при сопоставлении с числом оборотов двигателя, при этом экономия топлива является важнейшей целью, которой должен быть подчинен стиль вождения. На основании анализа производительности и эксплуатации за предыдущий период составляется целевой показатель расхода топлива.

Сами водители, привлекавшиеся к разработке и испытаниям СПВ, положительно отзывались о системе и использовании ее для поддержания и совершенствования своих профессиональных навыков, а также для критической оценки своего повседневного стиля езды, отмечая удобство и простоту использования. На дисплее появляются простые сообщения, типа: «В следующий раз отпусти педаль газа прежде, чем достигнешь вершины». А оценка вождения (в процентах или «звездочках») постоянно отображается на дисплее бортового компьютера – общая или же для каждой категории отдельно (по выбору водителя).

Что касается непосредственно результативности, то в случае использования системы поддержки водителей было незамедлительно зафиксировано снижение расхода топлива в пределах до 10 %. Это показывают многолетние и довольно масштабные исследования одной из компаний-производителей таких систем, Scania (другими производителями СПВ для грузовых автомобилей являются Mobileye и Volvo) [1, с. 7].

Как видно из проведенных исследований, СПВ помогает повысить экономичность автомобиля и поднять уровень водительского мастерства. Причем результаты проявляются незамедлительно. Также, стоит отметить, что снижение расхода топлива сопровождается снижением выбросов углекислого газа. Т.е. такие системы полезны и для окружающей

среды. Теперь подробнее о долгосрочных перспективах использования СПВ.

В среднем, для европейской компании-оператора грузовых автомобильных перевозок на дальние расстояния, применимо следующее распределение прямых затрат:

1. Заработная плата – 33 %;
2. Топливо – 27 %;
3. Транспортное средство – 14 %;
4. Ремонт и техобслуживание – 9 %;
5. Административные расходы – 7 %;
6. Шины – 3 %;
7. Прочие расходы – 7 % [2, с. 26].

Мастерство водителя имеет значительное влияние приблизительно на 40 % этих затрат. Это достаточно внушительный показатель и появляется он за счет: снижения аварийности, а, следовательно, экономии на ремонте; экономии топлива; снижения амортизационных отчислений. К тому же, водительское мастерство, (это ни что иное, как способность добираться из одной точки в другую максимально быстро и безопасно, не создавая аварийных ситуаций; а также выполнение водителем договорных обязательств) обеспечивает оптимальную доставку груза (в нужное время, место и т.д.), что является основной задачей логистической фирмы. Вследствие этого растет и конкурентоспособность организации. Следует учитывать и сложность набора и удержания высококвалифицированных водительских кадров. Все это обуславливает для многих операторов привлекательность инвестиций в непрерывное поддержание и совершенствование профессиональных навыков водителей. СПВ, при этом, является весьма приемлемым решением.

Преимущество использования СПВ в отличие от курсов по повышению квалификации заключается в том, что она заставляет водителя непрерывно анализировать собственный стиль вождения, в то время как, по статистике, после прохождения курсов эффективность сохраняется лишь в течение двух-трех месяцев. Наиболее успешно СПВ функционирует как естественное продолжение курсов подготовки профессиональных водителей. Она помогает сохранить на должном уровне и не утратить с течением времени навыки, полученные в течение курса обучения.

Подытоживая все вышесказанное: СПВ – система, показывающая значительные результаты. Ее использование помогает сократить издержки предприятия до 40 %. К тому же, эта система обеспечивает непрерывный мониторинг и обучение, что является наиболее действенным методом поддержания профессионализма водителей предприятия.

Литература

1. *Нуфаёл Г.* Business Optimization – smoothinteraction with the systemScania Fleet Management // Scania Power. 2013. № 3. С. 4–9.
2. *Слотте К.* Новости Система мониторинга от Volvo Construction Equipment // Новости Volvo CE. 2009. № 2. С. 26–27.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

К. А. Картамышева

Логистика занимает центральное место в обеспечении экономической, социальной и экологической устойчивости системы. Она тесно связана с различными вопросами, касающимися тем глобализации, занятости, экономического развития, загрязнения окружающей среды и т.д. Кроме того, работа логистического сектора оказывает влияние на такие показатели эффективности как стоимость, качество, оперативность и надёжность поставок.

Инновации сами по себе всегда рассматривались как двигатели развития общества. В области логистики их значение всегда недооценивали, потому инновации непосредственно в этой области не были исчерпывающе проанализированы.

С увеличением потребностей заказчиков и появлением новых бизнес-моделей в торговле открылось множество возможностей для формирования новых рынков с использованием инновационного логистического сервиса. Технологическое совершенствование направляет логистику на увеличение эффективности процессов.

На сегодняшний момент основными задачами инновационного развития логистических систем являются модуляризация логистического сервиса и сокращение логистических издержек.

Однако стоит заметить, что в будущем тенденция развития в этих направлениях будет снижаться, т.е. больше внимания будет уделяться не «передыливанию» существующих систем, а внедрению совершенно новых.

Цена и надёжность также не будут являться единственными показателями для заказчиков при выборе поставщика. Поставщики видят инновационное развитие логистики в качестве перспективы увеличения количества клиентов. Таким образом логистика постепенно переходит от ориентации на издержки к ориентации непосредственно на клиентов.

Для того чтобы логистический сервис развивался, должны быть потребности в инновационной деятельности, а следовательно, должны

быть и инициаторы этой деятельности. В то время как большинство грузоотправителей видят себя в качестве источника инновационных идей, с точки зрения логистических услуг все члены логистической цепи должны быть вовлечены в процесс инновационного развития.

Можно смело утверждать, что Информационно-компьютерные технологии (ИКТ) сыграли ключевую роль в технологическом развитии логистики за последние 25 лет, однако не стоит забывать, что ИКТ включают в себя множество различных технологий, начиная от транспортного планирования и заканчивая технологией радиочастотной идентификации (RFID).

Radio Frequency IDentification (RFID) – технология, которая осуществляет связь для обмена данными между терминалом и объектом. На объекте, который требуется отслеживать или регулярно регистрировать, закрепляется метка, которая несет в себе уникальный код и любую информацию об объекте. Считывание выполняется специальными приборами. При попадании в область действия считывателя метка передает данные, сохранённые в ее памяти, в специальную базу данных. В тот же момент она становится доступна в используемой на предприятии информационной системе. Данная технология имеет множество преимуществ перед штрих-кодированием, т.к. делает процесс идентификации более быстрым и доступным.

Continuous Acquisition and Life Cycle Support (CALC) – информационная поддержка процессов жизненного цикла изделий. Концепция CALC основывается на применении принципов и технологий информационной поддержки на всех стадиях ЖЦ продукции, основанного на использовании информационной системы, обеспечивающей управление процессами и взаимодействия всех участников этого цикла. Причиной появления данной технологии в первую очередь стало то, что разработчики современных средств автоматизации формировали свои собственные модели, которые зачастую были несовместимы с имеющимися системами партнеров по производству и эксплуатации техники. Теперь же возможно соединить все системы в одну, тем самым предотвращая сбои в работе с партнерами а также экономить на установке совмещенных систем.

Shared Intermodal Container Information System (SICIS) – информационная система, разработанная для улучшения видимости, надёжности и безопасности международных поставок. Данная система консолидирует информацию с различных департаментов и предоставляет доступ к ней лишь владельцу груза под строгим контролем и с использованием системы безопасности. Совмещая логистические данные с информационной безопасностью, данная система позволяет удовлетворить требования как логистики, так и таможенных органов.

Все вышеперечисленные технологии имеют огромный потенциал в развитии, а значит стоят того, чтобы вкладывать в них деньги. Вопросы финансирования таких проектов играют одну из ключевых ролей, т.к. зачастую хорошие и перспективные проекты закрывались из-за недостатка средств. Развитие инновационной деятельности требует достаточно больших капиталовложений, поэтому фирмам необходимо искать наиболее оптимальную структуру источников финансирования. Под источниками финансирования инновационной деятельности следует понимать экономических субъектов, способных предоставить ресурсы для развития инновационной деятельности предприятия. Список источников финансирования зачастую сводится к 3-ем основным группам: собственные средства финансирования, финансирование кредитно-коммерческими организациями и государственное финансирование. Именно здесь государство может оказать большое влияние на развитие системы. Общей рекомендацией, которая была получена из анализа является разработка последовательной политики правительства и нормативных актов, которые будут действовать как на национальном, так и на местном уровнях и между различными государственными ведомствами.

При правильно выбранной технологии, достаточном финансировании и наличии специалистов реально «быстро и безболезненно» внедрить инновацию в существующую логистическую систему. Все вложения окупятся в ближайшее время, сократят издержки и улучшат эффективность и качество поставок.

Литература

1. *Arthur D. Little*, Innovation Excellence in Logistics // ELA European Logistics Association, Brussels, 2007.
2. *Zongwei Luo*, Innovations in logistics and supply chain management technologies for dynamic economies // IGI Global Snippet, 2012.
3. *Pietro Evangelista, Alan McKinnon, Edward Sweeney*, Supply Chain Innovation for Competing in Highly Dynamic Markets: Challenges and Solutions // Idea Group Inc (IGI), 2011.
4. *Кольцова Л. Н.* Логистика производственной компании сегодня, 2009.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДСОРСИНГА В БИЗНЕСЕ И ЛОГИСТИКЕ

Е. А. Кривицкий

Краудсорсинг обозначает передачу определённых производственных функций неопределённому кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора. Иными словами краудсорсинг – это технология, объединяющая новый класс сетевых ин-

новационных систем, новый подход в методологии решения комплексных задач с использованием интеллектуального потенциала и знаний миллионов людей с разбивкой процесса на составляющие более мелкие части [1]. Краудсорсинг является инновационным способом по использованию огромного человеческого потенциала при создании новых продуктов, сервисов, внедрению инноваций и развитию бизнес-идей, решению текущих бизнес-задач, проведению маркетинговых исследований, формированию лояльности среди клиентов, взаимодействию с поставщиками [2].

Использование краудсорсинга в интересах коммерческих организаций возможно в следующих формах:

- выполнение работы одного специалиста большой группой людей. Передача работы от одного человека группе людей в этом случае осуществляется в виде открытого призыва;

- способ решения задач, выполнения заданий посредством обращения за помощью к большому числу людей или организаций, с использованием интернет;

- бизнес-модель, основанная на передаче определенных заданий большой группе потребителей как третьей стороне. Использование Интернета позволяет организовать взаимодействие и координацию потребителей просто и дешево, а также позволяет рассмотреть задачи, исследование которых в эпоху отсутствия интернета было трудоемким или нереальным. Краудсорсинг может придать значимость создаваемому продукту или сервису и укрепить полезные связи между потребителями и компанией;

- способ получить искомые сервисы, идеи и любые другие содержательные материалы, обращаясь к большой группе людей, чаще всего из онлайн сообществ, а не к штатным работникам или поставщикам;

- аутсорсинг части рабочих заданий группе людей, действующих независимо друг от друга, и готовых предоставить свои услуги в обмен на опыт, признание или небольшую плату. Современные работодатели понимают, что достижения техники позволяют людям развивать свои навыки и таланты не покидая дома, поэтому используют социальные медиа и интернет-форумы, чтобы пригласить людей к участию в своих проектах [3].

Основная цель краудсорсинга в рамках коммерческой деятельности предприятия заключается в снижении затрат. В сравнении с инсорсингом и аутсорсингом краудсорсинг является самым масштабным по возможностям и самым дешевым, при этом вопрос качества генерируемых краудсорсинг-проектом результатов не совсем однозначен. Краудсор-

сингу присущ один крупный недостаток: низкое качество большого объема информации, получаемой от участников и, соответственно, снижение качества конечного продукта. Подавляющее большинство создает так называемый «шум» идей, который осложняет поиск действительно полезной, нужной и качественной информации [4]. В связи с этим на сегодняшний день развитие получает синтеллектуальный краудсорсинг, т.е. так называемый «соразум», образованный интеграцией индивидуальных сознаний через сеть электронных коммуникаций. Если основная цель обычного краудсорсинга заключается в нахождении лучшей идеи из многих, то целью синтеллектуального краудсорсинга является объединение лучших идей (а также людей) для достижения наилучшего результата.

Краудсорсинг является закономерным развитием цепи инсорсинг-аутсорсинг-краудсорсинг. С развитием краудсорсинга и его все большим внедрением в бизнес-процессы компаний логичным является расширение классической задачи закупочной логистики в рамках решения из «сделать или купить» («Make-or-Buy» problem) в «Make-or-Buy-or-Crowd». Решение этой задачи заключается в том, чтобы определить, выгодно ли компании создавать отдел или нанимать специалиста на постоянную должность по выполнению необходимых и проблемных задач или функций (инсорсинг), или передать выполнение сторонней компании в рамках разовых договоров (аутсорсинг), или же самым выгодным решением является использование краудсорсинга и краудсорсинг-площадок, интернет-ресурса. Очевидно, что данная задача возникает не для всех отраслей и сфер бизнеса, а также не для всех функций. Вопрос заключается в исследовании эффективности и целесообразности краудсорсинга при решении различных задач (например, краудсорсинг едва ли возможен в финансовых и юридических вопросах и максимально эффективен в вопросах дизайна изделий). На наш взгляд, это вопрос времени и развития технологии. Чем больше будет краудсорсинг-проектов, тем больше будет материала для статистических и аналитических исследований, нахождения закономерностей. Возможна и следующая ситуация: в результате работы краудсорсинг-проекта, среди участников будет найден специалист или группа специалистов, которым будет передана реализация функции или решение проблемы. В таком случае это уже аутсорсинг. Или же если в рамках внутрикорпоративного краудсорсинг-проекта или корпоративной социальной сети решение будет найдено в самой компании, то это фактически инсорсинг. То есть краудсорсинг может быть не только конечным, но и промежуточным решением задачи «Make-or-Buy-or-Crowd», инструментом по достижению наилучшего и эффективного решения.

Через маркетинг и исследования рынка краудсорсинг может оказывать влияние и на производство. Краудсорсинг является первым звеном в формировании информационного потока для производства. С увеличением клиенториентированности бизнеса, с усилением влияния клиентов на готовый продукт (просьюминг), с переходом рынка в онлайн-сегмент на основании краудсорсинга можно будет составлять производственные планы.

В конце хотелось бы отметить, что внедрение технологий краудсорсинга само по себе (без учета положительного эффекта) является конкурентным преимуществом. Потенциал краудсорсинга до конца не исследован, однако уже с уверенностью можно говорить о том, что данная технология будет все больше использоваться бизнесом в том виде, каком используется сейчас или же в контексте ее эволюционирования, например, в просьюминг или ноосорсинг. Исследование и грамотное внедрение краудсорсинга на предприятии сегодня создаст конкурентное преимущество в будущем, когда технология будет на пике популярности, и ее использование будет таким же обычным и распространенным явлением, каким сейчас является аутсорсинг.

Литература

1. *Хау Дж.* Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса/ Москва. 2012.
2. *Hawe J.* Rise of Crowdcourcing/ The Wired. 2006. Vol. 6. P. 17–28.
3. *Surowiecki J.* The Wisdom of Crowds/ New York. 2005.
4. *Dawson R.* Getting Results From Crowds: The definitive guide to using crowdsourcing to grow your business / Boston. 2011.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ЛОГИСТИКА

Н. А. Куприяник

Логистика – относительно новая сфера деятельности в Республике Беларусь. Ее появление и стремительное развитие в нашей стране связано, прежде всего, с изменениями на рынках, высокой конкуренцией и желанием потребителя получать качественный товар.

Сегодня без логистики невозможно представить успешную производственную и коммерческую деятельность любой организации. Современная эффективная логистика дает возможность оптимизировать издержки предприятия, что в свою очередь способствует повышению рентабельности бизнеса. Специалисты доказали, что применение логистики сокращает себестоимость продукции на 10 %, а иногда и на 30 – 40 %. Это

гарантирует устойчивый спрос на профессионалов в данной области. Труд таких специалистов весьма высоко ценится и оплачивается.

На сегодняшний день в Республике Беларусь около 10 вузов ведут подготовку специалистов в сфере логистики. Таким образом, среди высших школ нарастает конкуренция, связанная с привлечением лучших абитуриентов, преподавателей и, следовательно, повышением престижности предоставляемого образования, которая проявляется в конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

Одним из залогов успеха при подготовке специалистов является потенциал абитуриентов, который определяется конкурсом и проходными баллами. По итогам приемной комиссии 2012 года лучшие абитуриенты, желающие получить образование в сфере логистики, стали студентами таких вузов как БГУ и БГЭУ. Где проходные баллы на право обучения за счет средств бюджета и на платной основе составили соответственно: 350 (город), 333 (село) и 228 (пл.) – ИБМТ БГУ; 323 (город/село) и 225 (пл.) – БГЭУ. Проходные баллы демонстрируют не только «спрос» на данную специальность в конкретном вузе, но и признанную проблему белорусского образования, связанную со снижением уровня подготовки специалистов, обусловленную переходом к массовому высшему образованию.

Другой проблемой белорусского, в частности, логистического образования является его недостаточная практическая составляющая. С одной стороны, традиционная, широко распространенная в отечественной академической практике лекционно-семинарская система подготовки студентов и слушателей позволяет представить значительный спектр основных понятий и категорий менеджмента и экономических наук. С другой стороны, современному управленцу нужно уметь решать конкретные прикладные задачи. Данная проблема может быть решена по средствам решения в процессе обучения кейсов, основанных на реалиях белорусского бизнеса. Выборочное анкетирование студентов основных вузов, предлагающих логистическое образование (ИБМТ БГУ, БГЭУ, БНТУ) доказало, существование вышеуказанной проблемы.

В ответ на существующие проблемы ИБМТ БГУ в партнерстве с Учреждением «Новая Евразия» создал учебный портал дистанционного обучения.

Дистанционное обучение позволяет:

- снизить затраты на проведение обучения;
- проводить обучение большого количества человек;
- повысить качество обучения за счет применения современных средств, объемных электронных библиотек и т. д.

- создать единую образовательную среду (особенно актуально для корпоративного обучения).

В ходе анализа результатов анкетирования была выявлена проблема несоответствия получаемых студентами знаний, умений и навыков их ожиданиям и требованиям современного рынка труда. Респонденты подчеркнули неэффективность учебной программы. Сравнение учебных планов белорусских вузов показало минимальное различие в дисциплинах вузовского компонента. Отличия сводятся к отсутствию и наличию таких дисциплин, как «Деловой английский язык» (ИБМТ БГУ), «Эстетика» (БГЭУ), «Коммерческая деятельность», «Планирование в организации» (ПГУ), что не дает основания считать тот или иной вуз более конкурентоспособным.

Одним из способов решения данной проблемы может являться получение вузами права на самостоятельное формирование учебных программ и выбор организационно-методического обеспечения в соответствии с направленностью вуза (технической, технологической, экономической, бизнес направленностью).

Опрос руководителей некоторых логистических фирм показал, что, по их мнению, уровень теоретической подготовки студентов в вузах носит скорее масштабный характер, нежели глубокое изучение конкретных аспектов деятельности специалиста, что следует более целенаправленно готовить выпускников той или иной специальности, уделяя особое внимание умению решать поставленные профессиональные задачи. Также работодатели подчеркивают, что качество образования зависит от подготовленности преподавателей и от того, насколько они знакомы с практикой, особенно, что касается новой для Беларуси специальности «Логистика».

Таким образом, имея на начальном этапе абитуриентов с высоким уровнем подготовки, необходимо уделять внимание степени реализации учебного плана, квалификации преподавательского состава, степени взаимосвязи обучения теории и практики.

Литература

1. Образовательный стандарт Республики Беларусь / Полещук И.И., проф., д-р экон. наук (руководитель) и др. Минск: Белорусский государственный экономический университет, 2008.
2. Интернет-адрес: <http://www.psu.by/>.
3. Интернет-адрес: <http://www.sbmt.by/>.
4. Интернет-адрес: <http://www.bseu.by/>.

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕХАНИЗМОВ И ИНСТРУМЕНТОВ СОЗДАНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В. И. Максимович

Разработка эффективных механизмов и инструментов создания высокотехнологичных наукоемких предприятий в условиях комплексной модернизации национальной экономики на сегодняшний день является весьма значимой темой, как с научной, так и с практической точки зрения. В первую очередь, актуальность темы исследования обусловлена тем, что высокая конкурентоспособность предприятий реального сектора экономики в новых исторических условиях глобализации и интеграции может быть обеспечена посредством перехода на новые технологические уклады создания высокотехнологичных наукоемких предприятий и производств. Также разработка данных механизмов и инструментов позволит ускорить процесс комплексной модернизации предприятий реального сектора экономики.

Основной целью данной научно-исследовательской работы является проведение системного анализа и разработка комплекса эффективных механизмов и инструментов создания высокотехнологичных наукоемких предприятий и производств. Соответственно к задачам исследования относятся изучение отечественного и мирового опыта создания высокотехнологичных наукоемких предприятий и производств, теоретическое обоснование технологических уровней инновационного развития новых предприятий, определение перспективных направлений формирования высокотехнологичных наукоемких предприятий и производств, а также разработка концептуальной модели управления процессами комплексной модернизации национальной экономики.

Объектами исследования являются субъекты реального сектора экономики, подлежащих процессам модернизации. Предмет исследования – механизмы и инструменты инновационного развития национальной экономики.

Основываясь на опыте индустриально развитых стран, осуществивших технологический прорыв в области высоких технологий по созданию наукоемких производств, были определены основные тенденции мирового научно-технологического развития. К ним относятся:

- физика, микроэлектроника и информационные технологии (лазерно-оптические, субмикронные технологии, светодиодная техника, радиоэлектронные цифровые устройства, производство вычислительных

средств, технологическое освоение околоземного космического пространства);

- энергетика (атомная энергетика и радиационные технологии, энергосбережение, энергетическая безопасность);
- машиностроение (автотракторное сельскохозяйственное машиностроение, базовые компоненты и материалы для отечественного машиностроения);
- материаловедение (металлургия, сварка металлов и покрытия, материалы в промышленности и строительстве);
- биологические науки (биотехнологии, фармацевтика, экология и рациональное природопользование);
- химия (полезные ископаемые, удобрения, очистка воды и воздуха, малотоннажная химия, лекарственные и лекарственно-диагностические препараты);
- медицина (кардиология, онкология, материнство и детство, медицинская техника);
- агропромышленный комплекс (сохранение земель, селекция и новые сельскохозяйственные технологии, промышленная переработка сельскохозяйственного сырья).

Также на основе проведенного анализа были выявлены приоритетные направления научно-технической и инновационной деятельности Республики Беларусь [1]. Они включают в себя:

- создание эффективной системы научного обеспечения инновационной деятельности, направленной на дальнейшее укрепление экономики;
- достижение качественно нового технологического уклада во всех отраслях экономики с использованием новейших достижений науки, расширение экспорта наукоемкой продукции;
- укрепление фирменной науки, обеспечение опережающей подготовки высококвалифицированных специалистов и научных кадров высшей квалификации, обладающих деловой инициативой и предприимчивостью, способных к работе в условиях конкурентоспособной наукоемкой экономики;
- налоговое стимулирование финансирования исследований и разработок за счет собственных средств организаций;
- создание благоприятного инвестиционного климата и системы экономического стимулирования в сфере научной и инновационной деятельности, значительное увеличение финансирования науки и научного обслуживания.

В соответствии с Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы предусмотрен качественно новый этап комплексной модернизации экономики, который основывается на использовании высоких технологий [2]. В зависимости от автора выделяют различные критерии оценки высокотехнологичных предприятий. Анализ данных подходов показал, что большинство авторов выделяют такие количественные и качественные показатели как доля новой продукции в общем объеме, доля сертифицированной продукции в общем объеме, степень износа активной части основных средств, доля инновационной продукции в общем объеме, создание и сертификация систем менеджмента качества по ИСО 9001 и другие. Именно эти показатели и легли в основу объективной оценки развития инновационного потенциала Республики Беларусь на 2011–2015 годы.

В целях обеспечения эффективных механизмов и инструментов инновационного развития от всех регионов страны необходимо создание своего рода «мостика» от фундаментальной и прикладной науки к реальному сектору экономики. Поэтому целесообразно создать на базе головной научной организации НАН Беларуси и республиканского органа управления научной сферы – ГКНТ – Республиканский научно-практический центр комплексной модернизации национальной экономики. Структура данного центра включает 3 ключевых блока:

1. Управление научной, научно-технической и инновационной деятельности.
2. Управление высокотехнологичных и наукоемких секторов экономики.
3. Управление коммерциализации инноваций и развития экспорта инновационной продукции.

Каждое из данных управлений имеет свои отделы и сектора. Также данный центр включает информационный портал и соответствующие банки информации об инновационных технологиях, проектах и программах модернизации, что в целом позволяет обеспечить качественную и результативную работу всего центра. Также следует отметить то, что данный центр прекрасно вписывается в уже существующую структуру управления Национальной инновационной системой Республики Беларусь [3].

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- для преодоления «ахиллесовой пяты» в системе управления инновационными процессами необходимо разработать эффективные механизмы и инструменты посредством создания Республиканского научно-практического центра комплексной модернизации национальной экономики;

- создание и внедрение данной структуры управления в национальную систему Республики Беларусь позволит не только обеспечить эффективное взаимодействие государственных органов управления и субъектов хозяйствования, но и сконцентрировать ресурсы на приоритетных направлениях научно-технической деятельности.

Литература

1. Указ Президента Республики Беларусь 22 июля 2010 г. №378 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2011–2015 годы».
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 26 мая 2011 г. № 669 «О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы».
3. Национальная инновационная система Республики Беларусь / В. И. Семашко, В. Е. Матюшков, М. В. Мясникович, Е. П. Сапелкин, И. В. Войтов. Минск.: ГУ «БелИСА», 2007.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ МОДЕЛИ «ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА» В УСЛОВИЯХ КОМПЛЕКСНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Е. Г. Миронова

Переход к новому технологическому укладу в развитии национальной экономики Республики Беларусь предполагает трансформацию политических институтов и государственного управления с учетом различных видов ресурсов и прежде всего информационных.

Цель: разработка интерактивной модели электронного правительства в условиях комплексной модернизации национальной экономики.

Задачи:

1. Изучение мирового опыта, проведение сравнительного анализа.
2. Разработка принципов концепции интерактивной модели.
3. Формирование структуры управления «электронного правительства» в условиях комплексной модернизации.

В целом «электронное правительство» (далее «ЭП») определяется как специализированная комплексная система взаимодействия структур исполнительной власти с гражданами, гражданским обществом и биз-нес-структурами посредством Интернета.

Реализация концепции «электронного правительства» находится в тесной взаимосвязи с реформой государственного управления. «ЭП» способствует повышению оперативности принимаемых управленческих

решений; снижению издержек на содержание государственного аппарата, повышению производительности труда; борьбе с коррупцией.

«Электронное правительство» придает новое качество управленческим институтам, их институализации. Для его анализа необходимо использовать неинституциональные подходы, потенциал концепций нового государственного управления, теорию сетей и другие аспекты коммуникативистики, качественные (ценностные и целевые) подходы, экспертные оценки качества государственных политик и управления. Граждане рассматриваются как потребители электронных услуг государства с соответствующими правами и обязанностями.

1. «Электронное правительство» рассматривается в качестве такой технологии, которая должна усовершенствовать работу уже существующих структур и по-новому организовать систему взаимодействия между традиционными структурами федерального, регионального, муниципального уровней. Оно «несет с собой новые «правила игры», правила этого взаимодействия». «ЭП» как бы «направляет» государственные институты и, создавая новые правила игры, выступает в качестве модератора новой институализации.

Основные институциональные и технологические черты и характеристики «электронного правительства» формируются в зависимости от политико-экономических систем конкретных стран, властных инициатив, программ и последовательности действий по его развертыванию, вовлеченных экономических и социальных ресурсов, информационно-коммуникативных средств и др.

Существуют две основные модели политической стратегии формирования электронного правительства: «западная» и «восточная». Процесс реформирования государственного управления в западных странах, ориентированный на модель электронной демократии, связан с реорганизацией государственных органов на основе принципов «нового государственного управления», создания «открытого и отзывчивого государства». Проекты внедрения электронного правительства в восточных государствах (Сингапур, республика Корея и др.) успешно реализуются на основе применения принципов традиционализма и реализма.

Американская и европейская модели и доминирующие теории информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) несколько отличаются. В Европе в целом больший акцент делается на роль ИКТ в административном реформировании и сервисе для граждан, рассматриваемых как покупателей. В США же, помимо совершенствования административной деятельности, большее внимание уделяется влиянию ИКТ на политическое участие, сознание, улучшению функционированию политической системы в целом.

Первой страной в мире, принявшей Закон об электронных услугах, была Финляндия (2001 г.). Органы власти и клиенты могут скреплять свои решения электронной подписью. Официальный веб-портал Финляндии (www.om.fi) предоставляет большое количество специализированных услуг:

- заказы и запросы (Агентство по делам потребителей);
- представление юридических документов (Министерство юстиции);
- заказ и оплата услуг, связанных с досугом (Национальный совет лесного хозяйства);
- обратная связь с пользователями в плане их информирования о национальных проектах участия (МИД, Отдел муниципалитетов).

«Электронное правительство» США представляет «Официальный правительственный веб-портал» (www.USA.gov). Он соединяет сайты федеральных, штатных и местных органов власти, содержит 27 миллионов веб-страниц и предоставляет свыше тысячи электронных форм и реальных услуг.

Официальный веб-портал Сингапура (<http://www.gov.sg>) объединяет все сферы жизнедеятельности: государственное управление, бизнес, образование, науку, медицину и даже индустрию развлечений.

Что касается Республики Беларусь, то завершение государственной программы информатизации Республики Беларусь и «Электронная Беларусь» стало важным шагом в создании компонентов электронного правительства в стране: развивалась телекоммуникационная инфраструктура; были созданы важнейшие государственные информационные системы и ресурсы; разрабатывались и принимались законодательные акты и другие нормативные документы.

Итоги выполнения программы свидетельствуют о том, что в Беларуси успешно идет процесс внедрения технологий информационного общества в сферу функционирования властных структур. В результате не только увеличился индекс электронной готовности Республики Беларусь, но и стала уменьшаться разница со средним показателем в Европе.

Тем не менее, как показал анализ развития государственных электронных услуг, проведенный белорусскими экспертами на основе таксономии страна-лидер, страна-последователь, догоняющая страна, отстающая страна, в стратегическом отношении Республика Беларусь сместилась с позиции «последователя» на позицию «догоняющей». Единый портал электронных услуг – portal.gov.by. Причем 23 электронные услуги – это различный доступ к информации баз госданных и госреестров, то есть обычные справки. То есть работа по созданию «Электронного правительства» ведется, но есть проблемный вопрос – это идентифика-

ция пользователей для того, чтобы обеспечить безопасность информации и сохранность персональных данных.

2. Интерактивная модель характеризуется возможностями скачивать и заполнять формы для различных услуг, наличием контактной информации и возможностями связаться с представителями правительственного органа, интерактивной взаимосвязью между всеми органами власти (и на всех уровнях) с едиными базами данных.

С моей точки зрения, государство является «черным ящиком», который предоставляет индивидуализированные» услуги или продукты; потребители государственных услуг обращаются за ними в соответствии с «жизненными эпизодами», т.е. ситуациями в которых возникает потребность в участии государственных органов (например, вступление в брак, строительство нового дома, получение социальных выплат).

Для того, чтобы улучшить ситуацию, я разработала следующие принципы:

- Задачи медиаобразования граждан, ликвидации цифрового неравенства и пропаганды преимуществ электронных транзакций.

- Высокий уровень доверия граждан и организаций определяется прозрачностью деятельности правительства и обеспечением защищенности персональных данных, подвергающихся автоматической обработке.

- Всесторонний реинжиниринг процессов, при котором потенциал ИКТ учитывается в полной мере.

- Ликвидация межведомственных барьеров.

- Комплексная интеграция баз данных и совместное использование базовых информационных систем и инфраструктур.

- Комплексное управление изменениями («человеческий фактор»).

- Активное участие граждан в разработке политики, определении приоритетов, принятии решений, проектировании и предоставлении услуг.

- Широкое применение технологий web (сейчас 2.0) и мобильных устройств.

- Должна преобладать системность, комплексность и, конечно же, эффективность.

3. Необходимость максимизировать отдачу от грандиозных затрат на внедрение проектов электронного правительства обусловила введение новых концептуальных элементов: открытые данные и использование различных интернет-приложений, которые не являются собственно государственными ресурсами. Открытые данные – это правительственные данные в машиночитаемом формате, которые можно использовать в коммерческих и некоммерческих целях.

Таким образом, «электронное правительство» должно поддерживать новую парадигму управления, ориентированного на граждан, которая сформируется в результате переосмысления подходов к модернизации государственного сектора.

Также, с моей точки зрения, для эффективной системы управления необходимо:

- совершенствовать способы предоставления правительственных услуг населению и бизнесу;
- повышать степени участия граждан в процессах государственного управления;
- поддерживать и расширять возможности самообслуживания граждан;
- увеличивать рост технологической осведомленности и квалификации граждан;
- электронное правительство радикально должно менять отношения между государством и гражданами, которые будут рассматриваться как клиенты, заслуживающие уважения и доверия;
- необходимо установить равноправные партнерские отношений между государством и гражданами;
- привлекать внимания общественности и, следовательно, стимулировать спрос на электронное взаимодействие с государственными органами.

ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ И МЕТОДЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ И АДАПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОГЕНЕЗА И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Л. П. Овсянникова

Актуальность: в условиях техногенеза и глобализации возрастает необходимость новой парадигмы гуманизации и гуманитаризации человеческих отношений, как основы социализации личности.

Цель: на основе системного анализа процессов глобализации и техногенеза, разработать предложения по созданию благоприятных условий для социализации личности.

Задачи:

- выявить характерные черты процессов социализации техногенеза и их влияние на социализацию личности;
- выявить внутренние и внешние угрозы деформирования духовных и нравственных основ социализации.

Социализация личности

Социализация личности включает 2 фазы:

- приспособление индивида:
 - к социально-экономическим условиям;
 - к ролевым функциям;
 - к социальным группам и социальным организациям, выступающим в качестве среды его жизнедеятельности.
- интериоризация – процесс включения социальных норм и ценностей во внутренний мир человека. Характер перевода социальных ценностей и норм во внутреннее «Я» обусловлен структурой конкретной личности, сформированной предшествующим опытом [1].

Глобализация

Глобализация:

- образование единого финансового рынка;
- расширение деятельности и всемирная экспансия транснациональных корпораций;
- распространение средств телекоммуникаций и информационных технологий;
- «американизация» и «вестернизация» культуры;
- увеличение масштабов международной миграции населения;
- существование наднациональных политико-экономико-социальных объединений – ООН, НАТО и др., оказывающих огромное влияние на жизнедеятельность стран [2].

Явления глобализации как проблема становления личности:

- контактный тип социальной целостности и деперсонализация;
- прагматизм как мировоззрение;
- информационное давление на сознание индивида;
- унификация психологических характеристик личности;
- массовизация культуры, реклама как двигатель глобализации [3].

Вывод. Глобализация посягает на сущность человека – быть ответственным творцом своей жизни. Человек, чем дальше, тем более унифицируется, утрачивает личностную специфику, предает себя, выступает противником глубоко бытийственного многообразия, которое является условием обретения человеком своей сущности. Глобализация, таким образом, ответственна за эти негативные процессы.

Техногенез

Факторы техногенеза:

- компьютеризация;

- комплексная автоматизация производственных процессов и услуг;
- альтернативные источники энергии и увеличение доли энергетики в процессах производства и потребления;
- нарушение экологического равновесия под влиянием НТР;
- процесс последовательного истощения природных ресурсов под влиянием НТП;
- информационная зависимость от технологических систем (виртуализация форм жизнедеятельности и снижение уровня социализации мирового пространства).

Одна из самых актуальных проблем современного мира – интернет зависимость.

Последствия:

- частые беспричинные перемены настроения, от вялого до приподнятого, от безучастного-подавленного до приподнятого-эйфорического;
- ухудшение памяти и внимания;
- значительное эмоциональное отчуждение;
- приступы депрессии, страха, тревоги, появление фобий;
- ограниченное общение с друзьями, родителями, родственниками, значительное изменение круга общения;
- изворотливость, лживость, неопрятность, неряшливость, ранее не характерные.

Пути решения проблем

Направления:

- гармонизация форм и сфер жизнедеятельности, отрицание экономизации, абсолютизации, прагматизма в человеческой деятельности;
- гуманизация человеческой деятельности;
- формирование мультикультурного пространства посредством возвышения государственной поддержки;
- развитие человеческого общения и коммуникации.

Формы и средства:

- изменения в системе образования (совершенствовать Болонский процесс);
- изменения в системе международной политики, направленной на реализацию принципов социальной справедливости и гуманизма;
- принятие норм правовых актов, основой которых является нормы и принципы идеологии приоритетов человеческого развития и социальной безопасности.

Литература

1. *Бабосов Е. М.* Социология личности, социальной стратификации и управления. Мн., 2006.
2. Интернет-адрес: <http://imperiya.by/politics1-16035.html>.
3. *Пузько В. И.* Кризис идентичности личности в условиях глобализации.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ «BENCHMARKING-ПРОЦЕССА» В РАМКАХ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

А. А. Пеканова

Целью данной работы является разработка основных этапов последовательного проведения бенчмаркинга, как непрерывного процесса оценки качества логистических услуг и методов работы, на основе сравнения с наиболее сильными конкурентами. Актуальность исследования состоит в необходимости изучения процессов бенчмаркинга с целью повышения эффективности деятельности и качества оказываемых услуг. Объект исследования – инновационные методы реализации бенчмаркинга в системе транспортной логистики. Предмет исследования – комплексная система управления бизнес-процессами в логистических центрах.

В процессе исследования данной темы были изучены основные методики использования передовых достижений «лидеров рынка», а также пересмотра и реорганизации существующих кризисных бизнес-систем.

Организации, достигшие мировых стандартов качества в области логистики способны извлекать конкурентные преимущества, постоянно совершенствуя качество логистических услуг [1].

«Benchmarking» – это анализ конкурирующих фирм при выполнении ими соответствующих функций с целью определения скрытых резервов. Поэтому бенчмаркинг может быть использован для сравнения и проектирования показателей с заимствованием лучших методик ведения бизнеса у более успешных конкурентов.

«Эталон» определяют для сравнения эффективности оказания услуг, а также для сравнения с некой теоретически идеальной моделью [2]. При этом организации стараются находить конкурентов достаточно близких, в логистическом отношении, чтобы иметь возможность, при их изучении, почерпнуть максимум полезной информации.

По итогам исследования разработаны 8 последовательных этапов проведения бенчмаркинга логистических бизнес-процессов:

ЭТАП 1: Выбор подразделения

Для проведения бенчмаркинга выбирают одно подразделение фирмы. Выбор большего числа структурных единиц резко снижает качество

проводимых улучшений, а также требует больших финансовых, временных и людских затрат. В качестве критерия выбора подразделения чаще всего выступает его значимость для организации.

ЭТАП 2: Формирование базы для проведения сравнения

На данном этапе проводится сбор информации по работе подразделения, выбранного на предыдущем этапе, а также сходных подразделений конкурирующих организаций. Сведения систематизируются по различным критериям. Этап завершается анализом собранной информации и определением лидирующей фирмы – основного объекта пристального внимания для организации, проводящей улучшения.

ЭТАП 3: Сравнительный анализ данных

Дальнейшее исследование строится на систематизированной информации, полученной на предыдущем этапе. Основное внимание акцентируется на тех характеристиках и мероприятиях, которые привели конкурирующую организацию к главенствующим позициям. Данный этап представляет собой анализ тех факторов, которые непосредственно влияют на бизнес-процессы предприятия-конкурента и приносят ему основную выгоду.

ЭТАП 4: Постановка целей, разработка плана действий

Сравнительный анализ данных – основа для постановки целей и разработки плана их достижения с обязательной ориентацией на опыт эталона. Разрабатываемый план должен обладать достаточной гибкостью, т.е. учитывать многовариантность развития событий.

ЭТАП 5: «Оптимальная стоимость – время»

В логистике ключевое значение имеет соотношение затрат и времени в т.ч. на проведение различных улучшений [3]. Большая ответственность ложится на руководителя, который определяет, стоят ли цели, поставленные на предыдущем этапе, затраченных на их осуществление средств.

ЭТАП 6: Реализация проекта, анализ полученных результатов

Цели поставлены, пути достижения определены: следующий этап – реализация проекта. Отклонения от первоначального плана – стандартное явление на данной стадии, т.к. точно предугадать развитие событий сложно. После получения определенных результатов проводится всесторонний анализ соответствия результата показателям, заявленным в пла-

не. Неотъемлемой частью данной стадии является анализ сопоставимости финансовых вложений с пользой от полученных результатов.

ЭТАП 7: Совершенствование качества работы подразделения

Конкуренты не стоят на месте, поэтому проведение бенчмаркинга не заканчивается после достижения намеченной цели и анализа полученных результатов. Достигнутое конкурентное преимущество легко потерять, вернуть его – задача непростая. Одна из главных особенностей бенчмаркинга как процесса – его постоянство, но и этот процесс нуждается в постоянном совершенствовании.

ЭТАП 8: Оптимизация процессов бенчмаркинга

«Benchmarking» – это методика, которая постоянно совершенствуется в процессе ее применения. Поэтапная реализация данной методики помогает не только осуществить анализ функционирования организации, но и оптимизировать само проведение бенчмаркинга логистических бизнес-процессов.

Поэтапное проведение бенчмаркинга обеспечивает инновационный подход к деятельности предприятия и повышение эффективности работы подразделений путем внедрения новых методов организации деятельности [5].

Большое количество материальных потоков, проходящее через логистические центры, придает проблеме управления ими первостепенную важность. На основании «Программы развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года» управление логистической системой должно базироваться на реорганизации бизнеса с использованием современных методов повышения производительности труда и управления производством [4].

Поэтому последовательная реализация этапов «Benchmarking-процесса» как творческой формы ведения бизнеса с учетом особенностей логистических структур может быть использована при управлении и совершенствовании логистических бизнес-процессов.

Литература

1. Аркин П. А. Основы логистики. Уч. пособие. СПб. СПбГТ (ТУ). 2009.
2. Джонсон Джеймс Вуд, Дональд Ф. Вордлоу, Поль Р. Современная логистика. 7-е издание: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс». 2006.
3. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дэвид Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок. 2-е изд. / [Пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б.С. Пинскера]. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
4. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 18.09.2008, № 223, рег. № 5/28285 от 08.09.2008. Программа развития логистической системы Рес-

публики Беларусь на период до 2015 года. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 августа 2008г. №1249.

5. Интернет-адрес: www.logist-ics.ru.

ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ ИХ РЕШЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Д. И. Рахманько

Актуальность настоящей работы обусловлена, с одной стороны, большим интересом к проблеме безработицы среди молодёжи в современной науке, с другой стороны, нерешенностью данной проблемы в мире. Возможности молодых людей на рынке труда достаточно ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения. Кроме того, в Беларуси имеется ряд проблем в сфере занятости. Объектом исследования является сфера занятости населения. Предмет исследования – программы, направленные на решение проблем занятости молодежи.

В 2012 году, по данным Международного бюро труда (МБТ), в мире количество безработных составило 197 млн. человек. Среди них около 74 млн. – молодежь. По прогнозам МБТ «...спад экономической активности, вероятно, приведет к расширению рядов безработной молодежи еще на полмиллиона к 2014 году». [4, с. 4]. В докладе говорится, что кризис в сфере занятости среди молодежи – это глобальная проблема.

Нерешенные вопросы занятости могут привести в дальнейшем мировую экономику к большим издержкам: расходы на пособия по безработице; усиление социальной напряженности; снижение квалификации безработного, затраты на переобучение; сокращение поступлений подоходных налогов; активизация неформальных секторов экономики.

Для молодежного рынка труда в мире характерны следующие проблемы: занятость в неформальном секторе экономики [6, с. 19]; несоблюдение условий труда [6, с. 17], сезонность трудоустройства [6, с. 16]; увеличение интервала между получением начального образования, овладением профессиональными навыками и трудоустройством. [6, с. 38]; несоответствие полученного образования потребностям рынка труда [6, с. 23] и невозможность приобретения опыта [6, с. 26].

Однако в мировой практике наблюдаются и положительные тенденции в сфере занятости. В частности, создаются программы, способствующие созданию рабочих мест, как временных, так и долгосрочных. Например, Сингапурская программа Технопренер 21, программа «Новый курс для молодежи. Сократить уровень безработицы среди молодежи помогает и интенсивное развитие малого и среднего бизнеса.

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Согласно данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, за период с января по декабрь 2012 года 290,3 тыс. человек обратились с просьбой содействия в поиске работы. Уровень зарегистрированной безработицы на конец декабря 2012 г. составил 0,5 процента к численности экономически активного населения. На 1 января 2013 г. более половины всех состоящих на учете безработных – мужчины (52 %), молодежь в возрасте 16–29 лет составляет (37,7 %)

Наибольший процент среди безработной молодежи наблюдается у молодых специалистов имеющих общее среднее и профессионально-техническое образование (36,6 % и 25,8 % соответственно). Небольшая разница в процентах наблюдается у молодых людей с общим базовым, средним специальным и высшим образованием: 12,1; 14,0; и 11,4 % соответственно [1].

Среди молодых людей наибольший процент ищущих работу наблюдается в категории 20–24 года, 25–29 лет, а так же 30–34 года: 17,3 %, 14,9 %, 12,5 % [1]. Если учесть тот факт, что в среднем в 25–29 лет молодые люди уже, как правило, имеют высшее, среднее специальное или другое образование, то есть находятся трудоспособном возрасте, и, закончив учебное заведение, в течение 4 лет не могут найти постоянную работу.

Проведённый общий анализ проблем в сфере занятости Республики Беларусь определил следующие проблемы: тенденция превышения увольнения работников над приемом; тенденция роста безработицы незащищенных групп населения; несоответствие между спросом и предложением рабочей силы по профессиональному, квалификационному составу, территориальному размещению свободных рабочих мест и безработных; несогласованность рынка труда и рынка образовательных услуг, диспропорция в подготовке кадров по уровням образования, профессиям и специальностям; отток рабочей силы в сопредельные страны. Согласно оценкам специалистов объемы внешней трудовой миграции граждан за пределы Республики Беларусь составляют около 100–120 тыс. человек в год [3, с. 4–6]

В 2013 году рынок труда будет формироваться в условиях структурной перестройки экономики. На его состояние будут оказывать влияние следующие основные факторы: сокращение численности трудовых ресурсов; модернизация экономики, оптимизация численности работающих; дисбаланс между спросом и предложением рабочих мест по профессионально-квалификационному составу; сохранение низкой конкурентоспособности на рынке труда граждан, особо нуждающихся в социальной защите, – инвалидов, молодежи, женщин, граждан, освободив-

шихся из мест лишения свободы, а также имеющих длительный (более года) перерыв в работе [3, с. 5].

ДУАЛЬНАЯ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ

Изучив ситуацию на рынке трудовых ресурсов, проанализировав имеющиеся проблемы, автор работы предлагает в качестве решения, способствующего снижению безработицы среди молодежи, внедрение дуальной системы подготовки кадров. Дуальная система подготовки кадров была разработана в Германии и является актуальной, действующей и сегодня. Благодаря внедрению данной программы, в Германии всего 4,2 % молодых людей в возрасте от 15 и до 19 лет не имеют учебного места или профессии. Как результат, автоматически исключается проблема отсутствия профессионального опыта. Получив высокую квалификацию, молодые люди имеют возможность и дальнейшего обучения. Различные способы повышения профессионального образовательного уровня позволяют даже получить степень магистра (международного образца) в одном из вузов [5].

Дуальная система – это практикоориентированная основная профессиональная образовательная программа начального профессионального и среднего профессионального образования. В основе данной программы лежит совместное сотрудничество учреждения образования и промышленно-производственных предприятий, фирм, министерств и ведомств. В результате данного сотрудничества на выходе имеются специалисты, получившие качественные теоретические знания, имеющие опыт работы, и востребованные на рынке труда. Данная система не имеет аналогов в Республике Беларусь, но руководствуясь опытом внедрения дуальной системы в учреждениях образования России, применяющими данную систему на практике, Беларусь может избежать многих ошибок и неудач [2].

Например, внедренная дуальная система на Казанском Государственном Технологическом Университете (КГТУ) помогла решить следующие задачи: подготовка специалистов, отвечающих квалификационным требованиям работодателей, базирующихся на профессиональных стандартах; дисбаланс между потребностями рынка труда и системой подготовки кадров образовательных учреждений; внедрение передовых образовательных технологий в систему профессионального образования; интеграция в Европейское образовательное пространство; разработка и внедрение практикоориентированных профессиональных образовательных программ.

Дуальная система предполагает наличие координирующего органа, отвечающего за разработку программ, мероприятий, создание нормативно-правовой базы, а также за мониторинг работы программ. Для лицензионного образовательного процесса и осуществления контроля над образовательной деятельностью необходимо сотрудничество с Министерством образования и научно-исследовательскими центрами. Взаимосвязь с министерством труда и социальной защиты поможет оперативно реагировать на изменения происходящие на рынке трудовых ресурсов, предоставлять кадры, востребованные государством, избегать затрат на неперспективные специальности [2]. Автор предлагает налаживание связей с белорусскими организациями. Например, IT-компании, логистические центры, фирмы и предприятия, перспективные, развивающиеся или уже добившихся успеха в сфере бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внедрение или использование идей данной системы на базе факультета бизнеса с одной стороны будет относительно не дорогим, а с другой будет приносить дивиденды в виде престижа, иностранных студентов; увеличения качества образования; снижения дисбаланса между рынком труда и образовательных услуг; будет препятствовать оттоку студентов, благодаря обеспечению их рабочими местами и качественными практическими знаниями; сокращение расходов на неперспективные профессиональные направления, на переподготовку, адаптацию, и другие проблемы, характерные для молодых специалистов.

Внедрение дуальной системы образования имеет очевидные результаты, среди которых получение такого желанного опыта работы.

Литература

1. Данные сайта Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь. Интернет-адрес: <http://www.mintrud.gov.by/ru/sostojanie>.
2. Положение о дуальной системе подготовки кадров. Ресурсы сайта казанского государственного технологического университета. Интернет-адрес: <http://www.kstu.ru/index.jsp>.
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 27 декабря 2012 г. № 1211.
4. Интернет-адрес: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C21201211&p1=1>.
5. Международное бюро труда административный совет 317-я сессия, Женева, 6-28 марта 2013 г. Секция высокого уровня рабочая группа по социальным аспектам глобализации дата: 19 февраля 2013 г. Оригинал: английский.
6. Интернет-адрес: <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/ru/education-and-research/content/background/two-track-vocational-training.html?type=1>.

7. Международная конференция труда, 93-я сессия 2005 г. Молодежь: пути к достойному труду. Доклад VI Содействие занятости молодежи. Ответ на вызов. Шестой пункт повестки дня. Международное бюро труда Женева. Первое издание, 2005.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В. А. Сакульская

Глобализация мировой экономики вызвала необходимость разработки прогнозов и сценариев развития логистических систем. Целью данной научной работы является определение перспективных направлений развития логистических систем в условиях единого таможенного и экономического пространства. Основными задачами исследования явились: факторный анализ развития логистических систем, изучение мирового опыта функционирования логистических систем, использование современных методов прогнозирования и определения перспектив развития логистических систем в условиях единого таможенного и экономического пространства.

В процессе исследования были использованы различные методы прогнозирования. Научное прогнозирование возможно на основе определения причинно-следственных связей, выявления вероятностных путей и результатов развития многообразных явлений и процессов. Прогнозирование направлено на изучение возможных альтернатив будущего развития логистических систем. Следует, прежде всего, использовать метод моделирования. Метод моделирования является одним из наиболее надежных методов научных исследований, позволяющих максимально объективно и всесторонне анализировать явления и процессы в логистических системах.

Среди методов моделирования можно выделить следующие: математическое моделирование составляет «эквивалент» процесса или объекта, отражающего его свойства. Применяется к любым процессам, поддающимся математическому описанию. В статистическом моделировании выявляется модель статистических закономерностей. В экономико-математическом моделировании разделы включают в себя методы для решения экономических задач. В имитационном моделировании изучаемая система заменяется моделью с достаточной точностью описывающей реальную систему, с ней проводятся эксперименты с целью получения информации. Физическое моделирование является экспериментальным моделированием, основанным на физическом подобии уменьшенной в размерах модели. Натуральное моделирование пред-

ставляет собой модель материально или мысленно представленного объекта, в достаточной степени повторяющего свойства, существенные для моделирования.

Метод сценариев дает возможность оценить наиболее вероятный ход развития логистических систем. Прогнозная оценка чаще всего представляется в виде трех возможных вариантов сценария: оптимистического; пессимистического; ожидаемого, наиболее вероятного.

Инновационно-технологический мониторинг – комплексная оценка уровня технологического развития организации и ее потенциальных возможностей для осуществления инновационной деятельности, системной модернизации управления и производства. Инновационно-технологический мониторинг проводится в инициативном порядке по решению заинтересованной организации, заключившей договор о проведении инновационно-технологического мониторинга, комиссиями, которые создаются республиканскими органами государственного управления, иными государственными организациями, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, Национальной академией наук Беларуси, органами местного управления областного территориального уровня. Целями инновационно-технологического мониторинга являются: оценка уровня технологического развития организации; оценка потенциальных возможностей осуществления инновационной деятельности организации.

Использование методов прогнозирования позволяет следить и анализировать тенденции развития логистических систем.

Прогнозирование предполагает проведение факторного анализа развития логистических услуг на внутренних и внешних рынках.

Для Республики Беларусь такой факторный анализ имеет большое значение, поскольку наша страна в своем производственном развитии ориентирована, прежде всего, на экспорт продукции как промышленного, так и аграрного производства. В этой связи необходимо учитывать при формировании стратегии развития экспортного потенциала страны следующие основные факторы роста спроса на логистические услуги на внутреннем и внешнем рынках:

- во-первых, это быстрое развитие системы электронной торговли, позволяющей установить прямую взаимосвязь между производителями и потребителями соответствующей продукции. В этих условиях предпочтение будет уделяться развитию информационных и транспортных услуг, что обуславливает необходимость создания специализированных логистических центров в области информации движения товарных потоков и транспортировку грузов;

- во-вторых, создание более благоприятных условий для товарообмена в условиях единого таможенного и экономического пространства. Свободное перемещение товаров и услуг в этих условиях позволяет ускорить транспортировку соответствующих грузов без таможенного оформления в рамках единого таможенного экономического пространства. Соответственно, потребность в услугах таможенного оформления, а также необходимость складской логистики значительно снижается;

- в-третьих, вступление в ВТО России как стратегического партнера, а в ближайшей перспективе и Казахстана обуславливает необходимость отечественных товаропроизводителей выполнять все требования и нормы ВТО. Поэтому, субъектом хозяйствования Республики Беларусь необходимо сосредоточить внимание на повышении качества производимой продукции, и их надлежащего хранения (температурно-влажностного, временного) до реализации потребителя;

- в-четвертых, целесообразно переходить от создания монофункциональных к многофункциональным логистическим центрам, которые бы специализировались в области информационного, складского, транспортного, таможенного обеспечения грузов с учетом специфики развития коммуникаций Республики Беларусь, как транзитной страны;

- в-пятых, формирование логистических центров в Республике Беларусь должно носить системный характер, отражать приоритетные направления социально-экономического и научно-технического развития Республики Беларусь, ее интеграцию в общеевропейскую систему экономических и торговых отношений.

Таким образом, успешная деятельность компании зависит от эффективной организации управления материально-технической базой. А оптимальное использование материалопроводящих систем обеспечивает логистика. Поэтому, многим компаниям необходимо пересмотреть характер своей деятельности, а также заняться анализом и изучением спроса услуг.

На основании проведенных исследований следует сделать вывод о том, что методы прогнозирования развития логистических систем в условиях глобализации мировой экономики позволит не только создать новые организационные структуры управления в области логистики, но и существенным образом способствовать интенсификации интеграционных и инновационных процессов в реальном секторе экономики. Создание многофункциональных логистических центров отвечает экономическим интересам всех стран, которые стремятся развивать торго-

вые связи на принципах равенства, взаимной заинтересованности и ответственности.

Дальнейшее развитие логистических систем связано с формированием новых интеграционных структур управления, посредством транснациональных корпораций, международных торговых организаций и совместных предприятий по производству наукоемкой и высокотехнологичной продукции.

Безусловно, процесс создания логистических систем должен отвечать нормам международного права и соответствовать национальным интересам различных стран, участвующих в формировании этих систем. Очевидно, для оптимизации процессов формирования логистических систем необходимо разработать единую нормативно-правовую базу и методические рекомендации. Это позволит выработать соответствующий инструментарий для обеспечения эффективной деятельности логистических центров, как на национальном, так и международном уровнях.

Литература

1. *Алесинская Т. В.* Основы логистики. Общие вопросы логистического управления. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005.
2. *Моисеева Н. К.* Экономические основы логистики: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008.
3. *Радионов А. Р., Радионов Р. А.* Логистика: нормирование сбытовых запасов и оборотных средств предприятия: учеб. пособие. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006.
4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 26 мая 2011 г. № 669. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011–2015 годы.

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС КОМПАНИИ HP (HEWLETT-PACKARD)

К. П. Сачилович

В современном обществе, говоря о бизнесе, трудно обойти стороной такое понятие как социальная ответственность бизнеса (СОБ). В условиях глобализации, господства транснациональных корпораций и развивающейся рыночной экономики оно стало синонимом успешного бизнеса. Но так было не всегда. Процесс интеграции СОБ в мировую экономику, не говоря уже о постсоветском пространстве, был непрос-тым и до сих пор существует множество противоречивых мнений, может ли на самом деле бизнес быть социально ответственным, подразумевая под этим гуманность и бескорыстие. Чтобы разобраться в этом, предлагаю обратиться к словарным дефинициям и истории СОБ.

Считается, что основателем концепции СОБ является американский ученый Г. Боуэн, выпустивший в 1953 г. монографию под названием «Социальная ответственность бизнеса», где он дал определение этого феномена. Согласно Боуэну, социальная ответственность бизнеса состоит в реализации политики, принятии решений либо следовании такой линии поведения, которая была бы желательной с позиции целей и ценностей общества» [1, с. 169].

С самого начала у теории СОБ появились серьезные противники. Среди них стоит отметить Нобелевского лауреата по экономике С. Фридмана. Он жестко раскритиковал последователей СОБ. Но надо заметить, не без оснований. В качестве аргумента Фридман заявил, что социально ответственными могут быть предприниматели как отдельные индивидуумы, а не корпорации. Компании заинтересованы в повышении цен на продукцию и услуги, а общество в их сдерживании с целью борьбы с инфляцией и бедностью. Общество требует от социально ответственного бизнеса сохранения рабочих мест, но в условиях конкуренции бизнес стремится к наиболее рациональному менеджменту и сокращению рабочих мест за счет внедрения новых технологий. Расходы на охрану природы сверх установленных законом норм проти-воречат интересам владельцев в получении наибольшей прибыли [2].

Следующий этап в развитии СОБ – это этап корпоративной социальной ответственности (КСО), начавшийся в США в 70-е годы 20-ого века. Это было связано с тем, что именно крупные передовые корпорации первыми осознали важность и полезность социально ответственного поведения и имели широкие финансовые и организационные возможности для его осуществления. Развитие концепции КСО привело к снижению внимания к социальной ответственности среднего и малого бизнеса, но в то же время привнесло новизну, заключающуюся в развитии «концепции стейкхолдеров». Ее сформулировал Р. Фриман в 1984 г. в монографии «Стратегический менеджмент: стейкхолдерский подход» [3, 6]. Суть заключается в том, что бизнес, если он, конечно, стремится быть успешным, являясь взаимозависимым от общества, кровно заинтересован в налаживании дружеских и партнерских отношений со своими внешними (потребители, партнеры, кредиторы, заемщики) и внутренними (служащие компании, менеджеры, акционеры) стейкхолдерами. Взаимоотношения между стейкхолдерами, чьи интересы зачастую разнятся, стали основой бизнес этики. Ученые заносят в ряд внешних стейкхолдеров и будущие поколения, что делает упор в политике компаний на обеспечение экологической безопасности.

О достижении новой более высокой ступени в осознании СОБ свидетельствует введение в середине 80-ых годов концепции корпоративного

гражданства КГ. Американский ученый Крейл Смит определял его так: «...обычно компании добавляют дополнительные ценности (added values) в общество незаметно, а если они идут на это сознательно, то это и есть корпоративное гражданство» [4, с. 34].

По мнению автора работы, СОБ является буферным институтом между государством, бизнесом, обществом, и политические и социально-экономические режимы играют решающую роль в вопросе, дать ли возможность для их взаимодействия и формирования СОБ как посредника или нет. Контрастность моделей СОБ Беларуси и США является хорошим тому примером. Доминирующая степень контроля государства над всеми сферами жизни в Беларуси, низкая степень доверительных отношений между государством и деловыми кругами, львиная доля социальных функций, выполняемых государством, высокая степень налогообложения привело к отсутствию заинтересованности в налаживании дружеских отношений. Минимальный уровень взаимодействия бизнеса с гражданским обществом в лице профсоюзов и некоммерческих организаций, вызвало большие трудности в совместном решении социальных проблем, что, естественно, тормозит развитие СОБ. В Американской же модели в основе лежат ценности и особенности либерального капитализма, согласно которым главное – это свобода предпринимательства и рынок, который за счет механизмов саморегулирования найдет оптимальный путь развития. Минимальная степень вмешательства государства в бизнес-процессы создает благоприятные условия для активной деятельности СОБ. Но несмотря на условия, политику государства и аргументы критиков, СОБ доказало свою состоятельность и является краеугольным камнем философии миллионов успешных компаний по всему миру. И Беларусь не исключение. Отечественные компании активно выходят на мировые рынки и уже поэтому вынуждены играть по правилам цивилизованного бизнеса. Поэтому, внедрение СОБ неизбежно, даже если условия не сопутствуют его развитию. Ведь как подчеркивал еще в середине 20 века американский ученый, крупный специалист в области философии менеджмента П. Друкер: «Требование социальной ответственности является, в значительной мере, платой за успех» [6, с. 289]. А успешных компаний в Беларуси пусть не много, но все-таки они есть. Скорее всего, у них не получится создать точную копию социально ответственного поведения, используемого в США, но не извлечь наиболее ценные уроки из поведения опытных в использовании СОБ компаний было бы наивысшей степенью иррациональности. Поэтому предлагаю на примере компании Hewlett Packard, в рамках американской модели, выявить основные принципы и механизмы социальной ответственности и определить ее проблемы и дальнейший путь развития.

Деятельность HP Company уже почти 70 лет основана на принципах, провозглашенных ее основателями – Биллом Хьюлеттом и Дэвидом Паккардом. Один из этих принципов гласит, что успех любого бизнеса заключается не только в получении коммерческой прибыли и достижении бизнес-результатов, но и в ответственности перед обществом, государством и гражданами [8].

Модель социальной ответственности компании включает в себя три уровня. Первый уровень, исходящий из требований общества и являющийся обязательным для всех компаний, это соблюдение законодательства. Здесь подразумевается юридическая ответственность и подчинение закону, соблюдения прав и свобод человека. Второй уровень это социальная ответственность ради выгоды. Здесь подразумевается экономическая ответственность или максимизация прибыли. Спектр ответственности ради выгоды очень широк. Сюда может быть включена ответственность как перед внутренними стейкхолдерами (забота о персонале, повышение квалификации служащих, создание комфортных условий, дополнительные преимущества) так и перед внешними (повышение качества продукции – первое правило по завоеванию доверия потребителей, соблюдение этики, честность, прозрачность стратегии управления – способствует улучшению отношений с партнерами и акционерами). В данном случае, потеряв, приобретаешь больше – прибыль превышает издержки. И третий уровень это социальная активность не ради выгоды. Здесь подразумевается принятая на себя ответственность по повышению качества и уровня жизни.

В сознании населения социальная ответственность должна быть представлена образами первого и третьего уровней – соблюдение законов и добровольная помощь обществу. В сознании предпринимателей же образом второго уровня – социальная ответственность ради выгоды. И только те компании, чья стратегия охватывает в полной мере все три уровня, могут претендовать на успех и ожидать максимально позитивного воздействия СОБ на бизнес и общество в целом. Что можно отчетливо наблюдать в системе управления HP Company. Более того упор делается на ответственное отношение к окружающей среде: экологическая безопасность производства, экономное потребление природных ресурсов и их повторное использование, утилизация отходов. Уровень потребления энергии оборудованием HP и лизинговым оборудованием является одним из ключевых показателей экологичности. Благодаря инициативам энергосбережения за 2010 г. компании удалось сократить потребление энергии на 1,4 миллиарда кВт. Сырье, используемое на производстве, является возобновляемым и на 100 % поддается биологическому разложению. Компания планирует переработать 1,6 миллионов тонн компью-

терной техники и расходных материалов к концу 2015 г. (HP Company стала новатором в этой сфере, программа по переработке ведется с 1987 г.) [9]. Международная тенденция по предъявлению требований экологичности к продукции еще не получила широкого распространения в Беларуси. И если не назвать это проблемой, то хотя бы перспективой в освоении СОБ, и будем надеяться, что компании придут к этому в ближайшем будущем. Однако стоит отметить среди отечественных предприятий ЗАО «Пинскдрев», хорошо практикующее экологически ответственную деятельность по внедрению полностью ресурснезависимой энергосистемы посредством полного перехода на использование древесных отходов в качестве топлива [9]. В условиях постчернобыльской реабилитации и борьбы за возрождение Белорусского Полесья, программы по защите окружающей среды должны стать приоритетным направлением для многих крупных белорусских компаний.

HP Company имеет мощный блок социальных программ, включающих этику и права человека, ответственность цепи поставок, конфиденциальность (занимает первое место среди американских компаний как самая надежная в исследованиях на неприкосновенность частной жизни), заботу о персонале (в 2011 г. компания предоставила 10 тысяч курсов по повышению квалификации), социальные инновации (в 2011 г. 65 тысяч детей в Кении было протестировано на ВИЧ инфекцию по программе Early infant diagnoses). В 2011 году СОИ компании, не рассчитанные на получение прибыли, составили 127 245 млн. \$ USD [8].

Следует сказать, что достоверную информацию об инвестициях получить достаточно тяжело, это объясняется модой в американском деловом обществе на внешне альтруистическое поведение бизнеса при осуществлении им социальных инвестиций. Чем меньше прослеживается связь между СОИ компании и показателями развития бизнеса, тем этичней считается поведение компании. Поэтому значительная часть американских компаний старается не афишировать свои благотворительные акции. Но скорее это дань моде, чем реальное явление, так как американский бизнес, как и любой бизнес, пытается получить максимальные дивиденды. В первую очередь это касается роста стоимости нематериальных активов (бренда, фирменного знака, имиджа). Сегодня это особо важно. Например, HP входит в десятку самых дорогих компаний по данным агентства Interbrand, а соотношение материальных и нематериальных активов компании IBM, главного конкурента HP, составляет 17:83 и иногда последние могут быть в меньшинстве.

Говоря в общем, СОБ именно по отношению к своему работнику в американских компаниях сводится к минимуму (соблюдение прав и свобод человека, создание условий для безопасного труда). Известно, что в

США и Японии самые короткие по продолжительности отпуска – 14 дней. До последнего времени в США работникам не предоставлялось обязательное медицинское страхование. И только в период президентства Б. Обамы начали наблюдаться улучшения в этом направлении (28 июня 2012 г. была принята реформа здравоохранения США). Но приоритетом является достойная заработная плата. Надо сказать, что для Беларуси ответственность перед персоналом является наиболее развитым направлением по сравнению с другими в практике СОБ, однако вопрос о создании условий безопасных и комфортных условий труда стоит довольно остро. Особенно это касается рабочих профессий. Противоречие состоит в том, что задачей на ближайшее будущее по указу президента является повышение престижа рабочих профессий, однако условия труда не позволяют найти этому курсу реальное применение.

Если в США пик паблисити теории и практики СОБ миновал, и пришел период «социального альтруизма», то в Беларуси общество абсолютно не информировано по вопросам СОБ. В качестве доказательства можно привести исследование в области КСО, проведенное центром системных бизнес-технологий SATIO под руководством Инициативы ООН Глобальный договор в Беларуси: «Более 70 % городских жителей и более 80 % сельских никогда не слышали о феномене КСО. Жители, которые информированы о КСО, имеют неполное представление о его сути. И более 20 %, которые заявили, что знают, что такое КСО, на деле не смогли ответить, как они ее воспринимают» [9].

По мнению автора работы, официальный сайт HP Company блестящий пример, демонстрирующий четко сформулированную систему (предоставлены цели, задачи, пути решения, статистики, результаты, награды), а также прозрачность и открытость социально ответственной деятельности.

Можно определить еще одно направление развития СОБ, состоящее в привлечении средств массовой информации. Необходимо отметить, что в информационной поддержке белорусская власть отдает приоритет национальным наградам и конкурсам (Профессиональный конкурс «Бренд года», одна из номинаций – социально ответственный бизнес).

Hawlett Packard Company наглядно продемонстрировала существование корреляции между финансовыми показателями деятельности корпорации и масштабами ее социально ответственной деятельности. В очередной раз доказывается очевидность позитивного влияния СОБ на устойчивость развития компании, повышение конкурентоспособности, рост производительности труда, рост партнерских отношений со всеми стейкхолдерами, репутацию и преданность бренду потребителей. Отсюда следует вывод о том, что главная проблема для белорусского общест-

ва – осознание полезности использования СОБ. Даже если бизнесмен будет проинформирован о СОБ, условия будут благоприятствовать его использованию, но он не будет осознавать всех преимуществ, которые дает бизнес, основанный на социальной ответственности, теория останется всего лишь теорией.

База – теория СОБ – создана, практика помогает избежать ошибок, перспективы известны. Индивидуально осталось только решить, принять «философию» или нет.

Литература

1. *Петрунин Ю. Ю., Борисов В. К.* Этика бизнеса: Учеб. пособие. М.: Дело, 2000.
2. *Milton Friedman* The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. The New York Times Magazine, September 13, 1970.
3. *Fontaine Charles, Haarman Antoine, Schmid Stefan* The Stakeholder Theory, December 2006.
4. *Виттенберг Е.* Социальная ответственность бизнеса на постсоветском пространстве: РГГУ, 2011.
5. Интернет-адрес: <http://www.cgap.org>. Обзорная статья Growth and Vulnerabilities in Microfinance GGAP февраль 2008 №44.
6. *Drucker P.* People and Performanc N.Y., 1973.
7. Интернет-адрес: <http://goo.gl/gjjnp>.
8. Интернет-адрес: <http://goo.gl/ZzMXr>.
9. Интернет-адрес: <http://goo.gl/e01Xt>.

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СЕТИ ПРИГРАНИЧНЫХ РАЙОНОВ

В. А. Сегеневич

В современной региональной экономике одним из важнейших приоритетов является полноценная реализация потенциала каждой территории и обеспечение развития экономики за счет повышения качества социально-экономического пространства. Данный подход приобретает еще более важное значение при рассмотрении приграничных регионов, в которых процессы глобализации выдвигают на первый план внешнеэкономические и инновационные факторы экономического развития. Под влиянием этих факторов происходят структурные изменения приграничной региональной экономики, связанные с поиском новых форм организации пространства и повышением конкурентоспособности территории. Кроме приграничного положения транспортная система региона может иметь особенности, связанные с отраслевой структурой экономики региона, схемой межрегиональных связей, ориентацией экономики региона на внутренний или внешний рынок.

Транспорт приграничных регионов обретает важное стратегическое значение в глобальных процессах интеграции в международную транспортную систему. От развития транспортно-логистической инфраструктуры приграничных регионов зависят не только экономические показатели самого региона и страны, но и конкурентоспособность международного транспортного коридора, включающего транспортную систему данного региона.

Республика Беларусь, в силу своего выгодного географического положения, являясь центром Европы, имеет границу с пятью государствами (Латвия, Литва, Польша, Российская Федерация, Украина). Это осложняет нам задачи по гармонизации законодательных актов в сфере международных грузовых перевозок, а также тормозит развитие транспортной системы в приграничных районах. К проблемам развития логистической инфраструктуры национальной экономики, следует отметить неполную проработанность методических и прикладных аспектов развития транзитной инфраструктуры приграничных территорий, формирование которой способствует развитию внешнеторговых отношений между сопредельными странами.

В этих условиях становится актуальным развитие теоретико-методических подходов, моделей и алгоритмов, направленных на решение проблем ресурсного обеспечения развития приграничных районов с учетом их специфики, стратегических и геополитических интересов страны, интересов участников регионального рынка.

Для решения данных проблем и поставленных задач необходимо сделать следующее:

- обосновать теоретико-методологический подход к оценке потенциала инновационного саморазвития каждого приграничного района и разработать методику его расчета, апробировать разработанную методику применительно к Республике Беларусь;
- исследовать состояние логистической инфраструктуры приграничной территории, то есть систематизировать основные методологические подходы к исследованию приграничной территории в условиях глобализации, обосновать теоретико-методологическую сущность инновационной модели экономического развития приграничных территорий;
- обосновать роль инфраструктурных секторов в развитии приграничных территорий, разработать методику оценки инфраструктурной обеспеченности развития приграничной территории;
- разработать методологию выбора приоритетов и прогнозирования развития приграничного региона, определить сценарии и прогнозные показатели социально-экономического развития каждого приграничного региона;

- разработать методические рекомендации по созданию единых региональных логистических центров;
- определить экономический эффект от взаимодействия с приграничными районами для Республики Беларусь от применения выше указанных методик, оценок и расчетов.

Литература

1. *Анимица Е. Г., Сухих В. А., Новикова Н. В.* Концептуальные установки, механизмы и методы регионального управления экономикой // Регионоведение. №4. 2008.
2. *Бильчак В. С.* Приграничная экономика: монография. Изд-во Калининградского гос. университета, 2001.
3. Программа трансграничного сотрудничества Польша-Беларусь-Украина 2007–2013.
4. Программа трансграничного сотрудничества Латвия-Литва-Беларусь 2007–2013.

ВЫБОР СТРАТЕГИИ ПРИ НАЛИЧИИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ОЦЕНОК

В. А. Станкевич, И. В. Ковалевский

ВСТУПЛЕНИЕ

На этапе адаптации к новой системе хозяйствования важно выбрать наиболее короткий и менее капиталоемкий путь развития производительных сил и совершенствования производственных отношений. Данное положение свидетельствует, что утверждение новых подходов связано с анализом как количественных, так и умелом использовании теоретических разработок, то есть качественных данных по проблемам адаптации предприятий и экономике в целом к новым условиям хозяйствования.

Сказанное таким образом требует при разработке стратегии развития экономических реформ учета, как количественных показателей, так и качественных признаков. Подобное ориентирует на использование экспертных оценок [1–5].

ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ. СОДЕРЖАНИЕ МЕТОДА ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

Методы экспертных оценок – это методы организации работы со специалистами-экспертами и обработки мнений экспертов. Эти мнения обычно выражены частично в количественной, частично в качественной форме.

Содержание методов экспертных оценок заключается в следующем:

1. Создание групп. Для организации проведения экспертных оценок создается рабочая группа, состоящая из независимых квалифицированных специалистов. Количество экспертов, привлекаемых для разработки прогноза, может колебаться от 3 до 10 человек, в зависимости от сложности объекта.

2. Формулирование глобальной цели системы. Перед тем, как организовать опрос экспертов, необходимо выполнить анализ объекта. При этом в ходе анализа совместно с группой специалистов определяются наиболее важные цели и резервы развития объекта.

3. Разработка анкеты. Самое важное в разработке и оформлении анкеты – при проведении опроса эксперты должны использовать одну и ту же методику оценки проблемы.

4. Анализ экспертных оценок. Осуществляем с помощью системы математических выражений на основе метода ранжирования.

Метод предполагает ранжирование элементов проблемы. Число рангов зависит от числа показателей. Если проблема включает 6 элементов, то самый важный, по мнению эксперта, получает ранг или балл 6, и так до 1. С помощью специальных формул рассчитывается коэффициент согласованности оценок экспертов. Если выясняется, что он высок, то проблема решается в очередности по определенным элементам проблемы.

Каждый элемент проблемы или признак будет иметь число рангов, которое определяется по формуле:

$$T = N \left(\frac{n+1}{2} \right),$$

где n – число элементов или признаков проблемы (либо число проблем); N – число экспертов.

По каждому элементу проблем рассчитываем величину отклонения суммы рангов от средней величины:

$$\Delta_i = \sum_{j \in J_0} a_{ij} - T,$$

где Δ_i – величина отклонения суммы рангов элемента или признака проблемы i ; a_{ij} – ранг или оценка признака i экспертов j ; J_0 – множество экспертов.

Сумма всех отклонения составит:

$$S = \sum_{i \in I_0} \Delta_i^2,$$

где i – номер элемента или признака проблемы, $i = 1, \dots, n$; I_0 – множество элементов или признаков проблемы.

Отсюда, коэффициент согласия определяется по формуле:

$$W = \frac{12S}{N^2(n^3-n)}; 0 \leq W \leq 1$$

Поскольку W – параметр вероятный, поэтому необходимо доказать его существенность. Доказательство существенности осуществляется с помощью критерия (χ^2) путем сравнения фактического значения с табличными. Если фактическая характеристика выше табличной, проблема считается принятой, подтвержденной. χ^2 – табличное определяется в зависимости от двух характеристик. N – число экспертов, n – число элементов проблемы: $\chi^2 = f(N, W, n) = W * N * (n-1)$.

$$\chi_{\text{факт}}^2 \geq \chi_{\text{табл}}^2(N, W, n).$$

Пример:

Пять экспертов проранжировали семь вариантов инвестирования (соответствующие оценки приведены в таблице).

Проверим согласованность ранжировок, используя коэффициент конкордации (коэффициент согласия).

Решение: Рассчитаем коэффициент конкордации, используя формулу. В таблице приведены промежуточные результаты расчетов.

Таблица

Варианты	Эксперты					Сумма рангов	Отклонения от средней суммы	Квадрат отклонения
	1	2	3	4	5			
I.	1	1	2	3	1	8	-12	144
II.	2	2	1	1	2	8	-12	144
III.	6	7	6	5	6	30	10	100
IV.	4	6	4	6	4	24	4	16
V.	7	3	7	4	5	26	6	36
VI.	3	5	5	7	7	27	7	49
VII.	5	4	3	2	3	17	-3	9
Σ								498

Подставляя вычисленное значение в формулы получим:

$$W = \frac{12 \times 498}{5^2 \times (7^3 - 7)} \approx 0.71$$

$$\chi_{\text{табл}}^2 \approx 3.2$$

$$\chi_{\text{факт}}^2 = 0.71 \times 5(7 - 1) = 21.3$$

$$\chi_{\text{факт}}^2(21.3) > \chi_{\text{табл}}^2(3.2)$$

Такая величина W , а так же фактические значения χ^2 , позволяют сделать вывод о том, что существует неслучайная согласованность в мнении.

ях экспертов и в первую очередь следует осуществлять инвестирование по варианту 3, затем 4, 5 и т.д.

В заключении стоит отметить, что ценность этого метода особенно возрастает в период преобразований при переходе от одной формы хозяйствования к другим и т.д. Поэтому в нынешних условиях при обосновании программ развития следует начинать обоснование прогнозных программ с экспертных оценок. Они должны базироваться на данных количественного анализа и дать ответ на вопрос, в каком направлении осуществлять развитие, т.е. экспертные оценки позволяют обосновать стратегию развития.

Литература

1. *Леньков И. И.* Моделирование и прогнозирование экономики агропромышленного комплекса / И.И. Леньков. Минск: БГАТУ, 2011.
2. *Орлов А. И.* Экспертные оценки. Учебное пособие. М., 2002.
3. *Орлов А. И.* Устойчивость в социально-экономических моделях. М.: Наука, 1979.
4. *Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г.* Экспертные оценки. М.: Наука, 1973.
5. *Евланов Л. Г., Кутузов В. А.* Экспертные оценки в управлении. М.: Экономика, 1978.

НЕСОВЕРШЕНСТВО РЫНОЧНОЙ СИСТЕМЫ ХОЗЯЙСТВА (ПРОВАЛЫ РЫНКА) И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО ВМЕШАТЕЛЬСТВА

В. В. Стежко

Главный механизм распределения и использования ограниченных ресурсов в рыночной экономике – это механизм рынка. Однако не всегда рыночный механизм может обеспечить эффективное и справедливое распределение ресурсов. Наблюдаются так называемые «провалы рынка», т.е. ситуации, когда рыночный механизм не способен реализовать эффективность по Парето. Белорусская экономическая система также не застрахована от ситуаций, когда рынок распределяет ресурсы неэффективно. В ней также можно наблюдать классические примеры рыночной несостоятельности.

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Беларусь еще с советских времен унаследовала большое количество предприятий, которые являются сейчас монополистами на определенном рынке. Основу антимонопольного законодательства Республики Беларусь составляет Закон «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции». В нем определяются организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пресечения монополисти-

ческой деятельности и недобросовестной конкуренции в целях обеспечения необходимых условий для создания и эффективного функционирования товарных рынков, содействия и развития добросовестной конкуренции, защиты прав и законных интересов потребителей [1].

Определенный круг отношений конкуренции регулируется Законом Республики Беларусь «О естественных монополиях» [2].

РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНИХ ЭФФЕКТОВ

Теория внешних эффектов используется для анализа экономических аспектов такой проблемы, как государственный контроль состояния окружающей среды.

Необходимость решения этих проблем определяет стратегическую цель экологической политики РБ на очередное пятилетие – обеспечение качества окружающей среды, сохранение целостности природных экосистем, устойчивое ресурсосбережение, обеспечение экологической безопасности в интересах нынешних и будущих поколений [3, с. 296].

В Республике Беларусь основную роль в административном регулировании отрицательных внешних эффектов играют экологические стандарты, установление обязательных для всех субъектов норм и требований. Система используемых стандартов включает: стандарты качества окружающей среды (допустимое состояние воздуха, воды и т.д.), стандарты воздействия на окружающую среду (предельно допустимые выбросы), технологические стандарты (требования к технике и т.д.), стандарты качества продукции.

К правовым нормам, регулирующим охрану окружающей среды, относятся конституция Республики Беларусь, многочисленные кодексы (водный, о земле, лесной, Гражданский кодекс и т.д.), ряд законов («Об охране окружающей среды», «Об отходах» и др.).

ОСОБЕННОСТИ АСИММЕТРИЧНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Проблема информационной асимметрии в Республике Беларусь до некоторой степени решается на основе репутаций, гарантий. Однако в наиболее сложных ситуациях и при жизненно важных обстоятельствах необходимо вмешательство государства в следующих формах:

- ценовая политика (например, установление минимальных предельных цен на алкогольную продукцию);
- прямое участие в производстве (в Республике Беларусь государство организует общественную систему здравоохранения, образования,

реализует программы обязательного государственного страхования, устраняя тем самым проблему отрицательного отбора и морального риска);

- контроль за производством и сбытом.

Чтобы блокировать последствия асимметричности информации, государство может использовать следующие инструменты:

1. Лицензирование.
2. Стандартизацию и сертификацию (закон Республики Беларусь «О сертификации продукции, работ и услуг»).
3. Контроль рекламной активности продавцов, препятствующий размещению ложной или вводящей в заблуждение рекламы (закон «О рекламе») [4, с. 346–349].

В качестве вывода нужно сказать, что именно государственное регулирование позволяет рынку сохранять некоторую стабильность и сглаживает рыночные провалы, а в некоторых случаях и вовсе их нейтрализует. Каждый из недостатков рынка порождает то или иное направление его регулирования. Следовательно, государственное вмешательство в экономику необходимо, при этом особо важно найти правильное сочетание государственных и рыночных механизмов.

Литература

1. Министерство экономики Республики Беларусь. Государственная антимонопольная политика в Республике Беларусь. Интернет-адрес: <http://www.economy.gov.by/ru/antitrust/national-competition-policy-in-the-rb>.
2. Закон Республики Беларусь «О естественных монополиях». Минск: НРПА РБ. 2003. № 1.
3. Микроэкономика: учеб. пособие / И.В. Новикова, Ю.М. Ясинский, А.О. Тихонов и др.; под ред. И.В. Новиковой, Ю.М. Ясинского. Мн: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006.
4. *Бондарь А. В.* Микроэкономика, 2-е изд. / Минск: Белорусский государственный экономический университет. 2009.

ИЗУЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИНГАПУРСКОГО ОПЫТА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Е. Д. Стрелец, С. Е. Шевчик

Сингапур – высокоразвитая страна с рыночной экономикой и низким налогообложением, в которой важную роль играют транснациональные корпорации. Номинальный ВВП за 2012 год составил \$318,9 млрд в то время как инфляция составила 5,2 %. Во многих мировых рейтингах Сингапур находится среди лидеров (1-е место – наименее коррумпиро-

ванная страна в мире, 2-е место – по уровню безопасности, 3-место – по уровню золотовалютных резервов).

Экономика сильно зависит от экспорта, особенно в области бытовой электроники, информационных технологий, фармацевтики. Сингапур – крупнейшая торговая держава региона. Экспорт – 414,8 млрд долл., в том числе продукция электронной и электротехнической промышленности, потребительские товары, продукты переработки натурального каучука, нефтепродукты.

В 1959, когда премьер-министром стан Ли Куан Юн, объем валового национального продукта на душу населения составлял 400 долларов США. При правлении Ли Куан Юна страна совершила прыжок «из третьего мира в первый». Основными составляющими успеха сингапурского «экономического чуда» являются:

- ведущая роль государства в выработке стратегии развития и контроля за выполнением плановых индикаторов;
- низкие ставки налогообложения;
- высокий объем иностранных инвестиций;
- бесплатная медицина и образование;
- государственная поддержка долгосрочного кредитования жилищного строительства;
- пенсионная накопительная система;
- «просвещенный авторитаризм» – общественно-политическая система с элементами, как авторитаризма, так и демократии;
- толерантное полиэтничное общество;
- трудолюбие и дисциплинированность населения.

Почему для Беларуси полезен и важен опыт Сингапура? Ответ на этот вопрос прост. Сингапур имеет схожее с Беларусью экономико-географическое положение:

- находится на пересечении транспортных артерий;
- практически не имеет природных ресурсов;
- экономика сильно зависит от внешней торговли.

Сингапур постоянно входит в число лидеров по привлечению прямых иностранных инвестиций. Этому способствует хорошо развитая инфраструктура.

ФИНАНСОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Последние реформы в сфере налогообложения подтверждают статус Сингапура как финансового центра мирового уровня. Услуги по управлению активами и собственностью лиц, владеющих крупным чистым

капиталом, являются неотъемлемой частью финансовой индустрии Сингапура. Целевой паевой траст (Designated Unit Trust (DUT)). Схема DUT эффективно использовалась в развитии инвестиционной фондовой индустрии Сингапура, что принесло ему SGD1 триллион. В настоящее время определенные виды доходов, получаемых паевыми трастами, соответствующими статусу DUT, не облагаются налогом. Прибыль, распределяемая DUT из суммы полученных доходов, также освобождается от уплаты налогов при получении индивидуальными пайщиками.

Трасты по управлению недвижимостью (Real Estate Investment Trusts (REITs)). Принимая во внимание все возрастающую привлекательность REITs как класса активов, неудивительно, что Сингапур стремится стать лидирующим финансовым центром региона в сфере сделок с недвижимостью.

Кэптивные страховые компании создаются для страхования рисков внутри группы ассоциированных компаний. В то время как использование кэптивных структур может дать налоговые преимущества группе компаний, их использование является типичной шагом в осуществлении всей программы управления рисками.

Компания HedgeFund Intelligence, которая занимается мониторингом индустрии хедж-фондов, считает, что Сингапур является более конкурентоспособной юрисдикцией для хедж-фондов в Азии. За первое полугодие 2007 года было создано двадцать новых хедж-фондов. Суммарные активы фондов увеличились более, чем вдвое. У пяти сингапурских фондов активы превышают 1 млрд USD.

ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА СИНГАПУРА

Научно-техническая политика в странах региона реализуется через механизмы выделения бюджетных средств на поддержку наукоемкого производства и отраслей промышленности, выпускающих конкурентоспособную продукцию на основе последних достижений науки и техники, требующих значительных затрат на НИОКР и привлечения квалифицированных кадров.

Одним из последних примеров создания инновационных центров в Сингапуре может считаться открытие компанией Cisco в июле 2009 года своего первого в мире центра инноваций под названием EPIC@SG (Enabling Platform Innovation Centre in Singapore).

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА СИНГАПУРА

Понимание правительством страны первостепенной роли ИТ в современном мире привело к созданию стратегических программ, с которых началось интенсивное развитие ИКТ:

- программа компьютеризации государственной гражданской службы;
- национальный план по информационным технологиям;
- план ИТ 21 (Разумный остров – Intelligent Island).

Электронное правительство (ЭП) – самое развитое в мире наряду с США и Канадой. Создание ресурсов ЭП началось еще в 1981 г. В 1995 г. одним из первых в мире начал функционировать сайт ЭП.

Бюджет проекта – 1,5 млрд. долл. Цель – «стать ведущим электронным правительством для лучшего служения нации в цифровой экономике».

КАДРОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА СИНГАПУРА

Правительство Сингапура способствовало открытию филиалов таких известных университетов, как:

- Чикагский (University of Chicago);
- Стэнфорда (Stanford University);
- им Дж Хопкинса (John Hopkins University);
- Массачусетский технологический (Massachusetts Institute of Technology).

Национальные образовательные институты:

- Национальный университет Сингапура (National University of Singapore);
- Сингапурский университет управления (Singapore Management University).

В Сингапуре разработаны государственные программы поддержки занятости лиц старшего возраста. Одна из них получила название «Назад на работу» (Back-To-Work). Ее цель – сократить нехватку рабочих рук на рынке труда и зависимость от привлечения иностранной рабочей силы за счет вовлечения в трудовой процесс пенсионеров и домохозяйек. Еще одна программа – «Подготовка лиц в целях трудоустройства» (People For Jobs Traineeship Programme) разработана для содействия компаниям в трудоустройстве лиц старше 40 лет.

ЭКСПЕРТНО-КОНСАЛТИНГОВАЯ ИНФРАСТРУКТУРА СИНГАПУРА

Сингапур – первая страна в Азии, которая проводила в 2006 году на своей территории Дипломатическую конференцию по интеллектуальной

собственности (ИС), что свидетельствует о приверженности Республики делу внесения вклада в развитие международной структуры ИС.

В Сингапуре существует Ведомство интеллектуальной собственности Сингапура (ВИСС), которое предприняло меры по содействию использования системы интеллектуальной собственности малыми и средними предприятиями (МСП) путем создания фонда для патентных заявок.

Фонд для патентных заявок (ФПЗ) оказывает финансовое содействие для покрытия части расходов, связанных с патентными заявками, включая расходы на составление, юридические расходы и расходы на подачу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проделанной работы, можно сделать вывод, что Сингапур занимает одни из ведущих позиций среди азиатских стран по внедрению инноваций. Необходимо также отметить значительную роль правительства в развитии своей национальной инновационной системы. Последние реформы в сфере налогообложения подтверждают статус Сингапура как финансового центра мирового уровня и открывают новые возможности для инвестирования для предприятий и лиц, владеющих крупным чистым капиталом. Правительство Сингапура уделяет должное значение защите интеллектуальной собственности. Всемирная организация интеллектуальной собственности и Сингапур являются партнерами в области альтернативного урегулирования споров.

Литература

1. Последние реформы в сфере налогообложения подтверждают статус Сингапура как финансового центра мирового уровня. Интернет-адрес: http://www.nalogi.net/invest_prew.htm?id=105.
2. Сингапур: стремительный рост индустрии хедж-фондов. Интернет-адрес: <http://www.nexus.ua/content/view/546/144/>.
3. Социальные аспекты национально-этнических проблем развивающихся стран Юго-Восточной Азии (Индонезия, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Филиппины), Сборник научных трудов под редакцией Толмачева Н.А. М.: ВГБИЛ, 1984.

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС В США НА ПРИМЕРЕ ПУБЛИЧНОЙ КОМПАНИИ GOOGLE

А. М. Цурко

Целью данной работы является изучение теории корпоративной социальной ответственности и практики социально ответственного бизнеса в США на примере публичной компании Google. Актуальность работы заключается в том, что корпоративно социальная ответственность является

квинтэссенцией в жизни фирмы. В работе также будет сделан вывод о механизмах, проблемах и перспективах рассматриваемой компании.

Большое влияние на корпоративный сектор и социальную ответственность американских компаний оказывают различные неправительственные и некоммерческие организации, которые представляют интересы различных социальных, религиозных и общественных групп. Тем не менее, в последнее время американская модель претерпевает некоторые изменения в направлении более активного вмешательства государства в социальные проблемы. К примеру, с 2002 года в США действует закон Сарбейнса-Оксли, который стал следствием многочисленных корпоративных скандалов в крупнейших американских компаниях («Энрон» и «УорлдКом»), закон значительно ужесточил требования к финансовой отчетности открытых акционерных обществ, в частности, требуя от них большей социальной ответственности, прозрачности, полноты и усиления внутреннего контроля. Кроме того, в США на повестке дня стоят возможные социальные реформы, связанные с внедрением системы обязательного медицинского страхования [1, 3].

В США социально ответственное поведение корпораций поощряется соответствующими налоговыми льготами и зачетами, закрепленными на законодательном уровне. Кроме того, в США имеется большой процент «этичных потребителей», которые предъявляют высокие этические требования к корпоративному сектору. По информации консалтинговой компании Cone/Robert, в США 78 % покупателей охотнее купят продукцию, если часть средств от покупки пойдет на благотворительную деятельность, а 66 % готовы сменить привычную торговую марку на марку компании, которая поддерживает социальные проекты. И наоборот, если продукты компании небезопасны или некачественны, то такие фирмы будут «наказаны» либо отсутствием спроса и «бойкотированием» продукции, либо судебными исками с требованием материальной или моральной компенсации.

В 1998 году, когда была основана компания Google, ее девиз звучал следующим образом: «Миссия Google – организовать всю имеющуюся в мире информацию, сделав ее доступной и удобной для использования» [2]. В этом и заключалась первоначальная концепция корпоративной социальной политики данной компании. Однако, на сегодняшний день, когда число сотрудников Google достигает 54 604 человек; чистая прибыль составляет 10,74 миллиардов долларов; в 2010 году, по версии BrandZ, Google является самым мощным и самым дорогим брендом в мире; в 2011 году Google был признан компанией с наилучшей репутацией в США, опередив Microsoft, Sony и другие компании [3]; то с уверенно-

стью можно сказать, что корпоративно социальная политика получила новые направления.

В 2004 году Google создала некоммерческое благотворительное отделение – Google.org (Google Foundation), со стартовым капиталом около 1 млрд долл. Основными направлениями деятельности этой организации являются информирование общества и способствование решению проблем в областях изменения климата, глобального здравоохранения и нищеты. Одним из первых его проектов являются работы в области гибридных и электрических транспортных средств [4].

На днях очередной благотворительный проект реализовала и компания Microsoft. Подразделение корпорации Microsoft Research выдало гранты на общую сумму 1,7 миллионов долларов на выдающиеся исследования в области здравоохранения, образования и цифровых технологий. Поощряются исследования и идеи того, как технологии могут помочь людям в отсталых и слаборазвитых странах, как сделать для них доступными компьютеры и информационные технологии.

Инициатива владельцев Google, как считают специалисты, вызывает некоторое удивление. По их мнению, эта компания еще слишком молода для того, чтобы заниматься столькими отраслями жизни сразу, даже, несмотря на свои высокие доходы. Скептики же считают, что тем самым Google хочет получить налоговые льготы, а также распределить часть своей прибыли по новым направлениям собственной деятельности.

Хотелось бы отметить, что Google так активно заботится не только обо всем обществе в целом, а также и о своих сотрудников, чье количество, как отмечалось ранее, достигает 54 604 человек. Как и любая крупная компания, Google оплачивает своим сотрудникам медицинское и пенсионное страхование, а также предоставляет многие другие льготы. Google разработал целый пакет преимуществ, после рассмотрения которого нам будут ясны все преимущества работы в данной компании. «Делаем жизнь лучше». Компания хочет, чтобы у работников всегда была возможность заниматься любимым делом, как на работе, так и в свободное время. Для сотрудников офиса, расположенного в Калифорнии, оборудован бассейн, тренажерный зал, волейбол и бильярд. «Учитываем ваши потребности». На работу можно приносить своих домашних питомцев. Но так как у всех разные интересы и увлечения, так что предложить такой пакет бонусов, который устроил бы сразу всех сотрудников, невозможно. Поэтому при определении набора льгот и привилегий компания стремимся отталкиваться от потребностей конкретного человека. «Будьте здоровы» Сотрудники Google не тратят время на походы к врачу, они получают квалифицированную медицинскую помощь в полном объеме, не выходя из офиса. В офисе Калифорнии сотрудники могут

воспользоваться бесплатным массажем. Им так же положено деликатесное питание и услуги профессиональных парикмахеров за счет компании. Офис компании работает 24 часа в сутки, так что сотрудники сами выбирают, в какое время им удобнее работать. К 12 часам в офис приходит в лучшем случае половина сотрудников. «Путешествуйте без забот». Сотрудники Google и члены их семей застрахованы от несчастных случаев всегда – даже в отпуске. «Продолжайте совершенствоваться». Каждому, кто отлично трудится, Google доплачивает 8000 долл. в год на образование. «Экономьте на юридических услугах». Сотрудники Google получают бесплатные юридические консультации и значительные скидки на общие юридические услуги (для США).

Подводя итоги, стоит сказать, что публичная компания Google – одна из наиболее быстроразвивающихся компаний, которая следит за своей репутацией, жизнью, здоровьем и досугом своих сотрудников. А также Google активно осуществляет многие проекты по улучшению жизни всех людей нашего общества. Работать в Google – престижно, однако для устройства следует быть профессионалом с высокими оценками школы, большим опытом и первоклассными знаниями по математике.

Литература

1. Компании года // Российская газета. Москва. 2011, 15 декабря, №282.
2. Миссия Google – организовать всю имеющуюся в мире информацию, сделав ее доступной и удобной для использования. Интернет-адрес: <http://www.google.ru/about/company>.
3. Top 100 Most valuable global brands 2010. Интернет-адрес: http://c1547732.cdn.cloudfiles.rackspacecloud.com/BrandZ_Top100_2010.pdf, с. 12.
4. Интернет-адрес: [Google.org](http://www.google.org).
5. Project 10 to the 100. Интернет-адрес: <http://www.google.com/campaigns/project10tothe100>.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ «NESTLE»

М. Шамаль

Для того чтобы бизнес оставался успешным в долгосрочной перспективе, он должен создавать ценности не только для акционеров, но и для общества в целом. В «Nestle» корпоративная социальная ответственность понимается как «Создание общих ценностей».

«Nestle» изначально была создана как компания, которая производит полезные продукты питания, тем самым принося пользу обществу и зарабатывая прибыль для акционеров компании и для дальнейшего бизнеса. Руководители компании никогда не рассматривали КСО как дополнительную функцию, это часть стратегии ведения бизнеса «Nestle».

«Создание общих ценностей» – в этом заключается новое видение корпоративной социальной ответственности «Nestle».

«Создание общих ценностей» – это не просто слоган, это целая концепция, имеющая цель изменить отношение людей к самому пониманию ответственности. Вместе с тем, концепция создания общих ценностей – это не только направление деятельности или подход к работе, это – способ выразить свое отношение к обществу и к своей работе.

«Nestle» признает «корпоративную социальную ответственность в отношении соблюдения прав человека». Такая формулировка, предложенная Джоном Рагги, специальным представителем Генерального секретаря ООН по вопросу о правах человека и транснациональных корпорациях и других предприятиях, указана в документе ООН о применении рамок, касающихся бизнеса и прав человека. В странах, где выращивается какао, серьезной проблемой является использование детского труда, поэтому «Nestle» и другие организации, входящие в Международное соглашение по какао (International Cocoa Initiative, ICI), стремятся к тому, чтобы искоренить детский труд и обеспечить детям возможность получения образования. В инициативе «Nestle» «Какао План» в Кот д'Ивуаре особое внимание уделено проблеме детского труда. В этой стране в рамках нового проекта, получившего поддержку ICI, будет оказана поддержка 20 общинам, поставляющим какао на кондитерские фабрики компании «Nestle». В Колумбии «Nestle» выступает основателем и участником программы Guhas Colombia («Основные направления развития Колумбии»), которая объединяет компании, правительство, общественные организации и профсоюзы. «Nestle» также ведет официальные переговоры с Alliance Sud, группой швейцарских неправительственных организаций, изучающей влияние деятельности компании и отношений с профсоюзами на национальное развитие и права человека. Также в 2010 году все производственные подразделения «Nestle» осуществили планы и оценку инициативы «Nestle» по соблюдению гендерного баланса.

Экологические программы в рамках корпоративно социальной ответственности компании. «Nestle» оценивает влияние на окружающую среду на протяжении всей производственной цепи, включая закупку сырья, логистику, производство, маркетинг и лояльность потребителей. Деятельность по отношению к окружающей среде должна быть эффективной и дружественной. Поэтому компания стремится использовать «чистую» энергию. Тем самым удерживая ежегодные выбросы парникового газа на уровне 4 млн т в эквиваленте CO₂. Потребление энергии возросло всего лишь на 4 % , что составляет 88,6 ПДж, несмотря на то что объем производства вырос на 6,2 %. «Nestle» также продолжает уделять внимание оптимизации упаковки. В 2010 году еще две фабрики в Велико-

британии достигли нулевого уровня отходов. «Nestle» – основатель Глобального соглашения СЕО по использованию воды под эгидой ООН (CEO Water Mandate). Еще один прогресс мы сможем наблюдать к 2015 году, когда «Nestle» обязуется перейти на использование пальмового масла исключительно из надежных источников и стать первой компанией, принявшей обязательства в защиту тропических лесов. Членство компании в Фонде возрождения лесов (The Forest Trust) позволяет строить работу с поставщиками таким образом, чтобы учитывать принципы сохранения лесов. О признании успехов в деле сохранения окружающей среды свидетельствует тот факт, что «Nestle» занимает второе место в списке лидеров CDP-2010 в секторе потребительского рынка (CDP – Carbon Disclosure Project, Проект по обнародованию информации о CO₂) и вносит свой вклад в проект CDP «Открытая информация по расходованию воды».

Компания «Nestle» продолжает уделять особое внимание вопросам охраны труда и профессионального здоровья сотрудников и подрядчиков. Компания последовательно подходит к созданию культуры безопасного труда и понимает, что только при полной поддержке высшего и среднего звена руководства группы «Nestle» возможно изменить отношение сотрудников и подрядчиков к безопасности. Именно поэтому в 2010 году компания выпустила рамочный документ «Управление безопасностью труда: основные принципы поведения» (Safety Leadership), который содержит требования по безопасности, одинаковые для всех сотрудников компании во всех странах. В соответствии с этим документом устанавливаются политика, цели и планы реализации мероприятий в области охраны труда и профессионального здоровья. Показатели LTIFR и TIFR (LTIFR – lost time frequency injuries rate; TIFR – total injuries frequency rate) – одни из самых низких. Они составили за 2010 год соответственно 0,7 и 1,3. Эти показатели отражают уровень несчастных случаев на 1 млн отработанных часов.

«Nestle» – компания с более чем 140-летней историей, один из крупнейших в мире производителей продуктов питания. В подтверждение устойчивости и серьезности принятых обязательств по социально ответственному поведению компания ввела в действие механизм внутреннего контроля, как управленческого, так и профсоюзного, за соблюдением настоящего Социального кодекса. Компания также подтверждает свою готовность к различным видам внешнего контроля со стороны общества.

Изучив всю программу корпоративной социальной ответственности «Nestle», мы можем смело утверждать, что стратегия привнесения новых ценностей компании себя оправдала и необходима для развития и успеха в длительной перспективе.

Можно быть уверенным, что если ты производишь интересный продукт и создаешь дополнительные ценности, ты получишь от этого дополнительные прибыль и отдачу.

Литература

1. Кричевский Н. А., Гончаров С. Ф. Корпоративная социальная ответственность. Москва. 2006.
2. Интернет-адрес: <http://www.nestle.ru/sharedvalues>.
3. Концепция корпоративной социальной ответственности. Интернет-адрес: <http://www.nestle.ru/sharedvalues/conception>.
4. Концепция компании «Нестле» в области корпоративной социальной ответственности на примере реализации в странах Латинской Америки. Социальный отчет 2006 год. Интернет-адрес: <http://www.nestle.ru/asset-library/Documents/Nestle-Concept-of-CSR-Latin-America-2006.pdf>.
5. Социальный отчет компании «Nestle» 2011 год. Интернет-адрес: <http://www.nestle.ru/asset-library/Documents/Nestle-Social-Report-2011.pdf>.

КАНЦЕПЦЫ ПАСПЯХОВАГА БІЗНЕСУ: MICROSOFT CORPORATION

І. Ю. Шарыпава

Паспяховасць бізнэсу вызначаецца мноствам фактараў: цікавай ідэяй, прадуманай маркетынгавай стратэгіяй, добрым тайм-менеджментам, наяўнасцю высокакваліфікаваных працоўных рэсурсаў і інш. Аднак сёння на сусветных рынках з боку бізнэсу расце попыт на праекты ў сферы карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці.

Як вядома, лепшым прыкладам паспяховага бізнэсу з'яўляецца амерыканскі бізнэс. Аналізуючы іх стратэгію, а менавіта тое, як выяўляецца іх сацыяльная адказнасць, можна заўважыць, што, чым больш паспяхова і больш у маштабах бізнэсу кампанія, тым шырэй і мацней іх карпаратыўная сацыяльная адказнасць (КСА). З гэтага вынікае непасрэдная выснова аб тым, што неад'емнай канцэпцыяй паспяховага бізнэсу з'яўляецца добра арганізаваная карпаратыўная сацыяльная адказнасць.

Шчаслівы супрацоўнік – добры супрацоўнік. І якасць прадукту можа быць забяспечана толькі пры наяўнасці высокапрафесійных менеджэраў, спецыялістаў і кваліфікаванага персаналу, які атрымлівае дастойную заробную плату. Прадукту можна надаць інавацыйны характар, калі наёмны работнік адчувае сябе не «вінцікам» у складаным і незразумелым яму механізме, не прадаўцом «працоўнай моцы», а «сацыяльным партнёрам», «інсайдэрам» у агульнай карпаратыўнай дзейнасці. Менавіта таму сёння асабліва актуальна пытанне аб тым, як жа зацікавіць супрацоўніка ў яго працы, павысіць яго энтузіязм і ўцягнутасць у працу. Бо поспех кампаніі будзе на ўкладзе кожнага, хто прыносіць

яго ў жыццядзейнасць кампаніі. Прыклад такога паспяховага бізнесу прапаную разгледзець на прыкладзе Microsoft Corporation (МС).

Як вядома, МС – адна з сусветных гігантаў ў ІТ сферы, якія займаюцца распрацоўкай, ліцэнзаваннем і падтрымкай праграмнага забеспячэння і іншых паслуг для ПК. Аднак таксама як кампанія клапаціцца аб сваім бізнэсе, так МС думае аб сваіх супрацоўніках. МС імкнецца да таго, каб стварыць для сваіх супрацоўнікаў такія ўмовы, якія б збалансавалі і працу, і асабістае жыццё. МС шырока вядома як кампанія, якая лідыруе ў прапанове самага лепшага страхавога полісу ў ЗША. Кампанія пачала з канкурэнтаздольнай зароботнай платы, бонусаў і прэмій. Затым кампанія ўнесла унікальныя прапановы, якія могуць зацікавіць. А вось кароткі агляд КСА Microsoft Corporation:

- Клопат пра здароўе:
 - клопат аб бачанні;
 - стаматалогія;
 - наведванне лекара на даму;
 - 24-часовы колцэнтр здароўя;
 - бясплатны агляд лекара і прышчэпкі ад грыпу на тэрыторыі кампуса;
 - страхаванне жыцця ад няшчасных выпадкаў і траўм, юрыдычная дапамога, а таксама правядзенне праграмы па барацьбе з лішняй вагай, гнуткія рахункі выдаткаў і эрганамічныя ўмовы ў офісе.
- Зберажэнні і інвестыцыі:
 - 401(k)Plan = пенсійны ўклад (зберажэння і даходы, якія будуць назапашвацца без неабходнасці ў дэпазітах);
 - план куплі акцый для супрацоўнікаў (знішкі 10 % на куплю акцый МС).
- Здаровы лад жыцця:
 - спартзала і фітнэс (аплачанае сяброўства ў спортазе з поўным комплексам паслуг або дадатковыя гроша да заробатнай платы на аплату ўласнай фітнес-праграмы) [1].

Важна ведаць, што МС – адна з першых капаній, якія прапанавалі пакрыццё выдаткаў на АВА (Applied Behavioral Analysis) – аналіз і лячэнне аутызму ў дзяцей [2]. Таксама МС клапаціцца аб навакольным асяроддзі, прапаноўваючы дарогу да кампуса і абратна дадому, а таксама паміж будынкамі кампуса на электрамабілях, зберагаючы 200,000 паездак у год, а гэта прадухіленне траплення вялікай колькасці выхлапаў у нашу з вамі атмасферу. МС развівае каманднае супрацоўніцтва не толькі паміж штатам, але і між МС і яго супрацоўнікам асабіста з дапамогай такіх праграм як Teach Fest, «Настаўнік», «Microsoft Ideas». У

2011 годзе МС была прызнана часопісам «Fortune» як «Найлепшае месца для працы», а ў 2012 годзе ўвайшла ў пяцёрку лепшых [3, 4].

Такім чынам, мы можам бачыць, што добра арганізаваная КСА іграе не малаважную ролю ў пабудове паспяховага бізнесу. Менавіта клопат пра штат і грамадства прывядзе да поспеху і росквіту. Бо, паводле ацэнак экспертаў Сусветнага эканамічнага форуму, сёння 75 % канкурэнтаздольнасці забяспечваецца «мяккімі» («гнуткімі») фактарамі канкурэнцыі і толькі 25 % – «жорсткімі» [5]. З гэтага вынікае выснова, што сёння палітыка пабудовы бізнесу павінна будавацца на сацыяльнай адказнасці, а не на тактыцы «імгненнай выгады».

Арганізацыя КСА патрабуе нямала фінансавых укладанняў, аднак гэтыя інвестыцыі нядрэнна акупляюцца. Такую з'яву мы можам таксама назіраць на прыкладзе Microsoft Corporation.

Сацыяльная ж безадказнасць бізнесу звяртаецца супраць яго самога: некваліфікаваны і дрэнна аплачваемы персанал, цякучасць кадраў, рост сацыяльнай напружанасці, – усё гэта ў канчатковым рахунку зніжае ўзровень жыццяздольнасці бізнес-адзінкі і робіць немагчымым рэалізацыю яго эканамічнай функцыі.

Літаратура

1. Інтэрнэт-адрас: <http://goo.gl/KCGYZ>.
2. Інтэрнэт-адрас: <http://goo.gl/4Fdh3>.
3. Інтэрнэт-адрас: URL: <http://goo.gl/RD4D4>.
4. Інтэрнэт-адрас: <http://goo.gl/f2Nlx>.
5. Інтэрнэт-адрас: <http://goo.gl/QXwJm>.

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИКИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: КОМПЛЕКСНЫЕ ЧИСЛА

И. Ю. Шарипова

В курсе высшей математики непременно изучаются комплексные числа. Данный вид чисел широко применяется в физике и математике. В данной работе будет рассмотрен вопрос применимости комплексных чисел в экономике.

Комплексные числа (C) – это пара (a, b) действительных чисел с заданными определенным образом операциями умножения и сложения. Комплексное число $z = (a, b)$ записывают как $z = a + ib$. Число a называется действительной частью числа z , а число b – мнимой частью числа z . Их обозначают $Re z$ и $Im z$ соответственно: $a = Re z$; $b = Im z$ [1].

Существуют три формы записи комплексного числа:

1. Алгебраическая: $z = x + iy$, где x и $y \in R$.

2. Тригонометрическая: $z = r(\cos \varphi + i \sin \varphi)$, где $x = r \cos \varphi, y = r \sin \varphi$.

3. Показательная: $z = re^{i\varphi}$.

Также имеет место графическая интерпретация комплексного числа. А теперь перейдем непосредственно к анализу применения комплексных чисел в экономике [2].

ИЗМЕНЕНИЕ ФОРМЫ ЗАПИСИ ФОРМУЛ

Запись существующих формул с помощью комплексных чисел зачастую сокращают их и позволяет изучать их новые свойства. Рассмотрим на примере: основные фонды любого предприятия K складываются из двух составляющих – основные производственные фонды K_p и основные непроизводственные фонды K_n . Их можно складывать, получив величину основных производственных фондов: $K=K_p+K_n$, а можно, в целях исследования влияния каждого из видов основных фондов, например, на результаты производства, представить их как комплексную переменную: $ZK=K_p+iK_n$ [3].

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ ЗАПИСИ КОМПЛЕКСНОГО ЧИСЛА

Использование различных форм записи комплексных чисел упрощает работу с формулами. Данное свойство проявляется в теории индексов. Представим пару – цену j -го товара, реализованного на рынке P_j , объем j -го товара, реализованного на рынке Q_j как две части комплексной переменной. Продажи j -го товара на рынке могут быть представлены в виде комплексной переменной: $z_t^j = Q_t^j + iP_t^j = r_t^j e^{i\varphi_t^j}$.

Некоторый же индекс, который будет характеризовать ситуацию на рынке, может быть представлен в следующем виде:

$$I_t = \frac{Z_t}{Z_{t-1}} = \frac{\prod_{j=1}^m (Z_t^j)}{\prod_{j=1}^m (Z_{t-1}^j)} = \frac{e^{i \sum_{j=1}^m \varphi_t^j}}{e^{i \sum_{j=1}^m \varphi_{t-1}^j}} \times \frac{\prod_{j=1}^m r_t^j}{\prod_{j=1}^m r_{t-1}^j} = E_t \times R_t$$

Применение показательной формы комплексного числа значительно упрощает формулу. Модуль и полярный угол данного выражения представляют отдельный экономический интерес.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

Рассмотрим применение графической интерпретации комплексного числа. Рассмотрим несколько вариантов.

По горизонтальной оси отложим время, а по вертикальной – экономический показатель в разные моменты времени. Тогда верна следующая формула:

$$Z(t) = t + iy(t) \quad (1)$$

где $y(t)$ – значение экономической величины в момент времени t .

Не меньший интерес представляет изучение отражения зависимости пары экономических показателей. В этом случае формула записывается следующим способом:

$$Z(t) = x(t) + iy(t), \quad (2)$$

где $x(t)$ и $y(t)$ – значения различных экономических величин в момент времени t .

С помощью формул (1) и (2) мы получаем визуализацию экономических величин на комплексной плоскости, а также можем произвести их аппроксимацию либо интерполяцию [4].

АНАЛИЗ НЕЛИНЕЙНЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ

С помощью применения комплексных чисел в производственной функции, а именно с помощью оценки комплексных коэффициентов этих функций, которые могут быть найдены для каждого случая, можно сделать заключения о сути происходящих процессов на производстве. Для этого используют степенные производственные функции комплексных переменных вида:

$$G + iC = (a_0 + ia_1)(K + iL)^{b_0 + ib_1} \quad (3)$$

Также любопытным является тот факт что, производственная функция комплексного переменного (3) позволяет моделировать циклические и колебательные процессы на производстве – когда линейное увеличение капитальных или трудовых ресурсов приводит к нелинейному изменению результата производства [5, с. 90].

В данной работе были рассмотрены следующие формы применения комплексных чисел в экономике:

- Изменение формы записи формул.
- Использование различных форм записи комплексного числа.
- Визуализация.
- Анализ нелинейных процессов в экономике.

В современной экономике комплексные числа широко применяются как для упрощения формул, так и для различного анализа экономических процессов. Комплекснозначная экономика до сих пор находится в стадии развития.

Литература

1. Интернет-сайт: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/87118>.
2. Интернет-сайт: <http://project.1september.ru/work.php?id=579693>.
3. *Андронов И. К.* Математика действительных и комплексных чисел. – М.: Просвещение, 1975.
4. Теория функции комплексного переменного в экономико-математическом моделировании. Материалы Всероссийского научного семинара. 19 декабря 2005 г. / Под ред. проф. С.Г. Светунькова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.
5. *Светуньков И. С.* Обратные производственные функции комплексного аргумента. Экономическая кибернетика: системный анализ в экономике и управления: Сборник научных трудов. Выпуск № 15 / Под ред. Д.В. Соколова и В.П. Чернова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. С. 88–93.

КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. В. Шарох

На сегодняшний день возникает объективная необходимость качественного и количественного измерения и выявления связи между рекламной деятельностью и показателями деятельности предприятия. В связи с актуальностью данной темы, мною был проведен корреляционно-регрессионный анализа на примере холдинга «Атлант-М». Объектом исследования в данной работе является холдинг «Атлант-М». Предмет исследования – показатели работы предприятия. Целью исследования было изучение влияния расходов на рекламную деятельность на показатели работы предприятия.

Для проведения корреляционно-регрессионного анализа были взяты общедоступные данные, которые представлены на официальном сайте предприятия, о деятельности холдинга «Атлант-М». Были взяты такие показатели, как «Выручка» в долларах США, «Продажи» в натуральных единицах измерения, «Численность персонала». Показатель «Расходы на рекламу» представляет собой процент от выручки. В данной работе процент от выручки был взят с учетом влияния общеэкономических явлений в экономике. В кризисные годы для экономики процент взят на минимальном уровне 7–8 %, в другие годы – на уровне 14–15 %. Исходные данные отражены в табл. 1.

Таблица 1

**Исходные данные для корреляционно-регрессионного анализа
рекламной деятельности холдинга «Атлант-М»**

Год	Показатели			
	Расходы на рекламу (USD)	Выручка (USD)	Продажи (шт)	Численность (чел.)
2006	171818597,6	1145457317	34 943	3957
2007	285396230,6	1902641537	59875	4126
2008	204474653,4	2271940593	70012	4000
2009	62300000	890000000	25930	3758
2010	80258594,8	1003232435	23543	3686
2011	155755644,7	1557556447	38458	4138
2012	140400000	936000000	29499	3093

Примечание. Источник: собственная разработка.

В результате регрессионного анализа были получены следующие модели:

- **Модель 1.** Зависимость выручки от расходов на рекламу:

$$y = 517852194,3 + 5,527*x$$

- **Модель 2.** Зависимость продаж от расходов на рекламу:

$$y = 9554,77 + 0,000196*x$$

- **Модель 3.** Зависимость численности работников от расходов на рекламу:

$$y = 3464,357 + 0,00000228*x$$

В свою очередь, каждый из параметров был проверен на типичность. Результаты проверки представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Проверка параметров уравнения на типичность
с помощью t-критерия Стьюдента**

	<i>t-статистика</i>	<i>t-критический</i>
Модель 1	1,494	2,570
	2,742	
Модель 2	0,940	
	3,310	
Модель 3	10,569	
	1,196	

Примечание. Источник: собственная разработка

Для более подробного анализа и выбора наиболее подходящей модели было произведено сравнение коэффициентов корреляции, проверенных на типичность, а так же средней ошибки аппроксимации для каждой из моделей. Результаты сравнения представлены в табл. 3.

Сравнительная характеристика применимости различных моделей

Показатели				
Модель	Коэффициент корреляции	Индекс детерминации	Типичность коэффициента корреляции	Средняя ошибка аппроксимации
Модель 1	0,775	0,601	типичный (2,74>2,57)	17,53%
Модель 2	0,829	0,687	типичный (3,31>2,57)	16,45%
Модель 3	0,472	0,222	нетипичный (1,19<2,57)	5,67%

Примечание. Источник: собственная разработка

По результатам сравнения можно сделать вывод, что для анализа результатов деятельности холдинга, непосредственно зависящих от рекламы, наиболее подходящими являются Модель 1 и Модель 2, отражающие зависимость выручки и объемов продаж автомобилей от расходов на рекламу. Однако, при необходимости использования только одной модели, наиболее целесообразной является Модель 2. Во-первых, коэффициент корреляции и коэффициент детерминации данной модели больше, чем у двух других. Во-вторых, более 68,7 % общей вариации годовых продаж автомобилей объясняется изменением величины расходов на рекламу. В-третьих, Модель 2 имеет наименьшую ошибку аппроксимации среди подходящих моделей. Кроме того, целесообразно использовать именно Модель 2, а не Модель 1, так же и из логических соображений: выручка холдинга непосредственно зависит от количества проданных автомобилей. В Модели 2 при увеличении затрат на рекламную деятельность на 1 % объем реализованной продукции возрастет на 0,000196 %. Однако, Модель 1 так же применима для анализа. Ее ошибка аппроксимации незначительно больше чем у Модели 2, коэффициент корреляции свидетельствует о высокой степени тесноты связи по шкале Чеддока. Кроме того, немного более половины (60 %) общей вариации годовой выручки объясняется изменением величины расходов на рекламу. Модель зависимости выручки от расходов на рекламу, выражается следующим уравнением:

$$y = 517852194,3 + 5,527*x.$$

Наклон равен 5,527. Следовательно, при увеличении затрат на рекламную деятельность на 1 % объем реализованной продукции возрастет на 5,527 %.

На основе анализа были сформулированы следующие рекомендации:

- разработать новые рекламные концепции, продвигающие конкретные бренды и марки автомобилей;
- осуществлять постоянную и всестороннюю информационную поддержку потенциальных и существующих клиентов Холдинга о преимуществах конкретных марок автомобилей посредством различных

коммуникационных каналов (сайт компании, рекламные сообщения, публикации в СМИ, создание брошюр и буклетов и т.д);

- стимулировать увеличение продаж автомобилей посредством предоставления дополнительных бонусов и услуг при покупке отдельных автомобильных марок. Информировать о таких акциях посредством рекламы;

- найти новые каналы информирования потенциальных потребителей, а так же новые рекламные площадки, которые позволят охватить значительную долю целевой аудитории;

- установить системы постоянного мониторинга автомобильного рынка и изменения вкусов и предпочтений потребителей, отслеживания тенденций в спросе на отдельные марки автомобилей, представленных в портфеле брендов холдинга;

- проводить анализ эффективности рекламных кампании в разрезе использования отдельных каналов с целью выявления наиболее результативных;

- разработать систему отслеживания эффективности рекламной деятельности, посредством постоянной оценки материальной отдачи от конкретной рекламы и измерения влияния рекламы на поведение потребителей.

ТРАДЫЦЫІ ХАРАЧАВАННЯ БЕЛАРУСАЎ І ІХ ВЫКАРЫСТАННЕ Ў СУЧАСНЫМ АГРАТУРЫЗМЕ

А. С. Антановіч

Якасная і смачная ежа – адзін з важнейшых фактараў, які ўплывае на высокі узровень турыстаў у краіне. У апошні час усе больш папулярнымі і запатрабавальнымі становяцца кулінарныя вырабы, зробленыя з натуральных вясковых прадуктаў, стравы і напоі хатняга прыгатавання, створаныя на аснове традыцыйных рэцэптаў.

Натуральнае малако, мяса, гародніна і садавіна для беларусаў з’яўляюцца звычайнымі і паўсядзённымі, а для людзей, чые краіны запаланіў Фаст Фуд (хуткае харчаванне – «Fastfood») натуральныя прадукты харчавання з’яўляюцца рэдкасцю. Так, у 1989 годзе узнік рух Слоу Фуд (павольнае харчаванне – «Slowfood») для барацьбы з рухам Фаст Фуд, як рэакцыя на знікненне мясцовых традыцый харчавання і знікненне інтарэса ў людзей да ежы, якую яны ўжываюць. Слоу Фуд – гэта карысная, чыстая, смачная, натуральная ежа. Яна павінна гатавацца без нанясення шкоды навакольнаму асяроддзю, жывельнаму свету і здароўю. Дзейнасць Слоу Фуд накіравана на ахову біяразнастайнасці, выхаванне смака і аб’яднанне вытворцаў натуральных прадуктаў. Слоу Фуд дапамагае людзям атрымаць задаволенасць ад прыёма ежы, арганізуе розныя міжнародныя мерапрыемствы, кірмашы, на якіх выстаўляюцца якасныя і натуральныя прадукты харчавання [5].

У 2004 годзе Слоу Фуд стварыў праект Тэра Мадрэ. Ён аб’ядноўвае ўсіх тых, хто сабраўся разам, каб захаваць сельскую гаспадарку, рыбалоўства, жывёлагадоўлю, біяразнастайнасць і смак натуральнай ежы. Колькасць удзельнікаў з кожным годам усё больш павялічваецца. На сённяшні час Беларусь таксама з’яўляецца ўдзельнікам руху Слоу Фуд і Тэра Мадрэ. Натуральная, якасная, смачная ежа можа стаць брэндам нашай краіны. Менавіта гэта прываблівае аматараў натуральнай ежы з ўсяго свету. Не гледзячы на тое, што гэты рух існуе вельмі даўно, у Беларусі ён толькі набірае абароты і становіцца ўсё больш папулярным. Але ж гэтага недастаткова, каб папулярываць і развіваць беларускую кухню на міжнародным узроўні, з дапамогай яе прыцягваць шмат турыстаў [5].

Шмат турыстаў, якія падарожнічаюць па свеце, выбіраюць гастронамічныя туры. Некаторая колькасць іх прыязджае ў Беларусь, каб паспрабаваць экалагічна чыстыя прадукты, пачынаючы з гуркоў, толькі што прынесеныя з агарода, завяршаючы салам або кумпяком. У Беларусі

яшчэ не існуюць спецыяльна распрацаваныя гастронамічныя туры, але першыя крокі былі ўжо зроблены і з вельмі добрым поспехам. Каб далей папулярызаваць унікальныя стравы беларускай кухні ў 2008 годзе быў праведзены першы ў Беларусі міжнародны кулінарны фестываль «Мотальскія прысмакі» у вёсцы Моталь Іванаўскага раёна Брэсцкай вобласці. Моталь – вельмі цікавая і незвычайная вёска. Пра гасціннаць маталян існуе вельмі шмат легенд. Яны беражліва захоўваюць свае звычаі і традыцыі, у тым ліку і гастронамічныя. Штуршком для правядзення першага кулінарнага фестываля стала тое, што праз вёску праходзіў маршрут Міжнароднага веласіпеднага тура салідарнасці з турыстычнай Беларуссю, і яго ўдзельнікі высока ацанілі гасціннасць мясцовых жыхароў і традыцыйную кухню [4, с. 6].

У першую чаргу поспех фестываля залежыць ад ініцыятывы мясцовага насельніцтва. У яго арганізацыі ўдзел прымаюць усе жыхары вёскі. Яны дэманструюць свае кулінарныя вырабы, розныя промыслы. Кулінарная спадчына маталян вельмі цесна звязана з іх культурай. Менавіта тут кулінарныя кампаненты вельмі добра злучаюцца з мясцовым фальклорам, танцамі, гульнямі.

Яшчэ адной «фішкай» Мотальскага фестываля з’яўляецца абрад «Вясельны каравай». Да нашых дзён у гэтай палесскай вёсцы захаваліся адзін са старадаўнейшых вясельных звычаяў выпечкі, упрыгожвання і міжродавага падзелу абрадавага хлеба – каравайны абрад. Гасці фестывалю сваімі вачыма могуць убачыць і паўдзельнічаць у выпечцы каравая, пачуць аутэнтчныя каравайныя песні, якія спяваюць каравайніцы, зрабіць шышкі і кветкі для ўпрыгожвання абрадавага хлеба, а пасля і паспрабаваць самы сапраўдны вясельны каравай [2, с. 6–7].

У гэтым годзе фестывалю «Мотальскія прысмакі» ужо будзе шэсць год. Гэта свята за такія кароткі перыяд стала часткай жыцця мясцовага насельніцтва. Да яго рыхтуюцца ўвесь год і з нецярпеннем чакаюць усе больш і больш гасцей. Фестываль «Мотальскія прысмакі» сапраўды можа стаць турыстычным прадуктам на аснове кулінарнай спадчыны.

На самой справе, Моталь з’яўляецца той вёскай, якая можа паўплываць на развіццё турызма на Беларусі. Сваім мясцовым каларытам яна можа прыцягнуць турыстаў, паказаць ім сапраўднае сялянскае жыццё з усімі сваімі асаблівасцямі. Шмат людзей жывуць ў горадзе і не ведаюць, што такое вясковае жыццё, не ведаюць, як раней жыў сапраўдны беларус, чым ён займаўся, што еў, якія стравы гатаваў. У Моталі можна паспрабаваць сапраўдныя беларускія прысмакі, стравы, якія даўным даўно ўжо ніхто не гатуе. Паглядзець, як робіцца, пячэцца хлеб і як яго трэба шанаваць.

Жыхары вёскі захавалі сваю самабытнасць. Да гэтага часу ў вёсцы спяваюць народныя песні з мясцовым каларытам, музыканты-самародкі граюць на гармоніках, жанчыны і дзяўчаты вышываюць крыжыкам і гладдзю, ствараючы непаўторную прыгажосць, робяць свае знакамітыя мотальскія кажухі. Захаваліся і самабытныя дыялектычныя асаблівасці мясцовай гаворкі.

Так склалася гістарычна, што Беларусь заўсёды знаходзілася пад моцным ўплывам палітычных, геаграфічных, прыродных, сацыяльна-эканамічных фактараў. Менавіта гэта пакінула вельмі вялікі адбітак на традыцыях, звычаях, абрадах, паўсядзённым і святочным жыцці беларусаў. Кожны рэгіён, мястэчка або вёска адрозніваецца адзін ад другога па шэрагу розных прыкмет, кожная з іх непаўторная, незвычайная. Калі вандраваць па Беларусі, то можна адчуць, што наведваеш розныя краіны. Кожны рэгіён, ці гэта Палессе, ці Панямонне, маюць свае непаўторныя асаблівасці, што робіць нашу краіну незвычайнай і вельмі цікавай для наведвальнікаў і турыстаў. Склаці мясцовы каларыт заўсёды дапамагаюць традыцыйныя стравы, якія добра ўплываюць на ўражанне і меркаванне турыстаў. У развіцці беларускага турызму, традыцыі харчавання адыгрываюць адну з галоўных ролей. Імі можна зацікавіць і прыцягнуць турыста.

На сучасным этапе ў Беларусі ўсё больш і больш развіваецца агратурызм. Негледзячы на тое, што ў краіне няма выхаду да мора і няма гор, у яе ёсць вялікі патэнцыял для развіцця агратурызму. У краіне налічваецца вялікая колькасць рэк, азёр, лясоў, нацыянальных паркаў, пры гэтым у нас жыве гасціннае насельніцтва, якое стварае асаблівы каларыт. Беларусь можа быць цікавай з пазіцыі “невядомай” краіны ў самым цэнтры Еўропы, як краіна з непазнанай прыродай і самабытнай культурай.

Беларускі сельскі турызм параўнальна малады. Ён узнік як сацыяльны феномен і развіваецца даволі паспяхова дзякуючы таму, што ў 2002 годзе было створана Беларускае грамадскае аб’яднанне «Адпачынак у вёсцы». Дзейнасць аб’яднання дапамагае актыўна развівацца сельскаму турызму ў Беларусі і мае высокі аўтарытэт, які расце з кожным годам. Пад яго ўплывам усё больш сельскіх сядзіб адчыняюць свае дзверы для наведвальнікаў. Кожны гаспадар сядзібы імкнецца знайсці свой арыгінальны спосаб прыцягнуць турыстаў. Гэта і рыбалка, і знаёмства гасцей з мясцовымі паданнямі, старажытнымі абрадамі і святкаваннямі розных свят, а таксама нацыянальнай традыцыйнай беларускай кухняй [3, с. 1–2].

Турызм і беларуская нацыянальная кухня цесна ўзаемазлучаныя паміж сабой і залежаць адзін ад аднаго. З дапамогай турызму можна зберагчы традыцыі, якія ўсталяваліся стагоддзямі ў беларускай

кулінарыі. А з дапамогай кухні можна прыцягнуць турыстаў і развіць гастронамічны турызм.

Па дадзеных даследаванняў у галіне сельскага турызму, якія былі праведзены ў 2011–2012 гг. у Брэсцкай вобласці даследчыкамі і экспертамі, 54,2 % патэнцыяльных турыстаў лічаць, што на сельскай сядзібе павінна прапаноўвацца нацыянальная беларуская ежа. 63,0 % турыстаў адказалі, што карысным і цікавым на сядзібе з’яўляюцца натуральныя прадукты харчавання, а 76,1 % турыстаў за тое, каб гаспадары прапаноўвалі хатняе, смачнае і карыснае харчаванне. Па гэтых дадзеных можна зрабіць выснову, што сельскія сядзібы складаюць добрую і моцную базу для развіцця і папулярызация беларускай нацыянальнай кухні [1, с. 67].

З 20 мая 2013 года ў Беларусі пачнецца рэалізацыя праекта *Bella Cuisine* па развіццю кулінарнай спадчыны ў памежных тэрыторыях Беларусі, Літвы і Латвіі. Праект будзе рэалізоўвацца гаспадарамі аграрыяў Лепельскага, Полацкага, Міёрскага, Глубокскага, Верхнедзвінскага раёнаў Віцебскай вобласці. Плануецца, што у ходзе праекта, разлічанага на 18 месяцаў, Віцебская вобласць стане кандыдатам на уступленне ў Еўрапейскую сетку кулінарнай спадчыны. У яе ўжо ўваходзіць 24 кулінарных рэгіёна такіх краін як Данія, Германія, Літва і інш. Гэты праект дасць магчымасць распаўсюдзіць беларускую народную кулінарыю і зацікавіць патэнцыяльных турыстаў.

Большая колькасць гаспадароў аграрыяў аддаюць перавагу бульбяным стравам таму, што за апошняе дзесяцігоддзе Беларусь прапагандуецца як краіна бульбы, а беларусы – «бульбашамі». Неабходна нагадаць, што з другой паловы XIX стагоддзя адным з асноўных прадуктаў харчавання становіцца бульба. На тэрыторыі Беларусі бульбяныя стравы вельмі хутка занялі трывалае месца ў структуры народнай кулінарыі. Аднак у першай палове XIX стагоддзя стравы з бульбы яшчэ не мелі шырокай распаўсюджанасці. У гэты перыяд яна толькі пачынала актыўна ўжывацца, складваліся і фарміраваліся кулінарныя прыемы і спосабы гатавання. Усяго за адно стагоддзе змянілася становішча бульбы на стале беларуса. Сёння, бульба лічыцца «другім» хлебам, а яшчэ ў пачатку XX стагоддзя яна была толькі паўсядзённай стравой. У святочныя дні ей не было месца на стале, а на сучасным этапе бульба адыгрывае аднолькавую ролю нараўне з хлебам. Зараз цяжка сустрэць свята, дзе не прысутнічае стравы з бульбы. У замежных турыстаў беларускія кулінарныя традыцыі асацыіруюцца з вырабамі з бульбы. Амаль што на усіх аграрыяў гаспадыні прапануюць драпікі, бабку, калдуны, камы і г.д.

З мучных страў больш усяго распаўсюджаны і карыстаюцца значнай папулярнасцю розныя віды бліноў: бліны «пышныя» або тоўстыя, якія пякуць на кіслым малацэ, тонкія бліны або наліснікі, іх гатуюць на салодкім малацэ і ўжываюць з розным начыннем, аладкі. Часцей за ўсе, бліны гатуюць з пшанічнай мукі і ядуць на сняданак. Зараз, вельмі рэдка сустракаюцца бліны з ячменнай, грэцкай і аўсянай мукі. На некаторых аграрыях гаспадыні прапануюць сваім наведвальнікам паспытаць грэцкія бліны.

Не гледзячы на даступнасць прадуктаў харчавання і розных кампанентаў, асноўная ўвага ў харчаванні, у тым ліку і на аграрыях, надаецца мясным стравам і вырабам. Характэрна пераважнае ўжыванне свініны, ялавіны і мяса птушак. Але ўсе часцей сустракаюцца стравы з мяса індыкоў і трусаў.

Вельмі дадатнай рысай у развіцці кулінарыі на аграрыях з'яўляецца тое, што вельмі шмат гаспадынь па сённяшні дзень самі пякуць хлеб і гатуюць хлебныя вырабы. Не гледзячы на тое, што са змяненнем эканамічнай сітуацыі ў XX стагоддзі, прыкладна з 60–70-х гадоў хлеб пачалі набываць. Гаспадыні захоўваюць традыцыйныя рэцэпты і спосабы прыгатавання хлеба, якія перадаваліся з пакалення ў пакаленне.

Шырока выкарыстоўваюцца на аграрыях традыцыйныя беларускія напоі, у турыстаў яны карыстаюцца папулярнасцю. Ужо ў шматлікіх краінах свету ведаюць пра беларускі бярозавы хлебны квас, самагонку, зуброўку, збіцень. У гэтым ёсць толькі адна адмоўная рыса, як адзначаюць самі турысты, традыцыйныя беларускія напоі нельга набыць у якасці сувеніраў таму, што ў гаспадынь аграрыях няма спецыяльнага дазвалення на вытворчасць і продаж нацыянальных напояў. Па заканадаўству, у хатніх умовах нельга вырабляць больш за 5 літраў алкагольнага напоя для ўласнага ўжытку.

З пашырэннем колькасці сельскіх сядзіб з'явіўся большы інтарэс да беларускай культуры, гісторыі, звычаяў, святаў і нацыянальнай кухні. Менавіта тут можна добра развіваць і дэманстраваць беларускія традыцыйныя прысмакі.

Літаратура

1. *Грибов Г. М.* Трансграничный экологический туризм. Брест: Альтернатива, 2012.
2. *Инышева И.* Кулинарный фестиваль – приманка для туриста // Туринфо Беларуси. 2010. 1 сен. С. 6.
3. *Клищунова В.* Открываем Беларусь. Минск: Пропилеи, 2009.
4. *Рубильник А.* Некоторые даныя аб культуры і быце калгасаў ў БССР. Мінск, 1931.
5. Интернет-адрес: www.slowfood.com/about_us/rus/mission.lasso.

КНІЖНЫЯ ІНСКРЫПЦЫІ ЯК КРЫНІЦЫ ПА ГІСТОРЫІ КНІЖНАЙ КУЛЬТУРЫ ВКЛ XVI–XVII стст.

П. Д. Бабіна

Кніжныя інскрыпцыі (запісы ў кнігах) з'явіліся разам з кнігай і існавалі заўсёды як частка кніжнай культуры. Такія запісы адлюстроўваюць розныя праявы жыцця, але найчасцей звязаныя з гісторыяй кніжнай культуры. У XVI–XVII стст. кніга атрымлівае новы імпульс да распаўсюду, пашыраецца пісьменнасць і кнігадрук, пачынаюць фарміравацца царкоўныя, шляхецкія, мяшчанскія бібліятэкі. Сяляне ды простыя месцічы застаюцца пераважна малапісьменнымі, але кніжныя інскрыпцыі даюць звесткі пра іх думкі, дзеянні, падзеі з паўсядзённага жыцця, а таксама пра адносіны да кнігі. Гэты бок кніжнай культуры – а менавіта стаўленне да кнігі ў грамадстве ВКЛ і практыкі карыстання кнігай у гэты час – разгледжаны ў артыкуле.

Надпісы на кнігах з'яўляюцца каштоўнай і, я падаецца, маладаследаванай крыніцай па гісторыі кніжнай культуры, гісторыі паўсядзённасці, мікрагісторыі. Яны дапамагаюць зразумець стаўленне тагачаснага чытача да кнігі, прасачыць распаўсюджанасць кнігі ў грамадстве, сярод розных сацыяльных груп, вызначыць функцыі і ролі кнігі; яны паказваюць розныя праявы жыцця: звычаі і звычкі, бытавыя падрабязнасці, імёны людзей XVI–XVII стст.

Можна вылучыць некалькі тыпаў кніжных інскрыпцый, характэрных для XVI–XVII стст. Найперш гэта ўласніцкія запісы. Да іх таксама можна аднесці запісы пра продаж, абмен, падарунак кнігі, паколькі такія запісы заўсёды ўтрымліваюць імя ўласніка, прычым не толькі новага, але і былога. Уласніцкія запісы найбольш адлюстроўваюць новую для большасці жыхароў ВКЛ XVI ст. практыку карыстання кнігай, а менавіта збіранне хатняй бібліятэкі. Па ўласніцкіх запісах магчыма аднавіць канкрэтныя кнігазборы, а таксама прасачыць сацыяльны склад чытачоў. Кніга з'яўлялася не толькі аб'ектам збірання, але служыла і аб'ектам куплі-продажу, абмену. Часцей за ўсё акты аб продажы складалі прадаўцы – яны «рукою власною» пісалі аб гэтым дакумент («Сию книгу продал и руку приложил») [1, с. 225]. З інскрыпцый вынікае, што ўжо ў XVI ст. кніга магла выступаць у якасці падарунка. Так, кіеўскі мітрапаліт на Апостале выказаў пажаданні, падобныя да тых, што ў XXI ст. зазначаюць на паштоўках: «ихъ велможному пану Ивану доброго здоровья и вшаликих радостей хвуртун на часы долгия и пана Бога верне» [2, с. 73]. На Статуце 1588 г. дарыцель у 1643 г. занатаваў: «Пан Лаврин Киркило, возный Упитского повета подарил Яну Поляку

русчизны не умеющему» [1, с. 164]. Дадзены запіс адначасова можа з’яўляцца і своеасаблівым дакументам на права ўласнасці.

Другі тып інскрыпцый – укладныя запісы. Гэта подпісы людзей, якія купілі кнігу, але не ў асабістую ўласнасць, а для перадачы царкве ці зрэдку – уласна святару, на ўратаванне сваёй душы. Практыкі карыстання кнігай найбольш адлюстраваныя менавіта ў запісах гэтага тыпу. З іх вынікае, што кнігу для ўкладу мог купіць як адзін чалавек – мужчына ці жанчына: «Купил раб Божий Василий по прозвищу Бондар и дал до храму» [2, с. 71], «дала сию книгу раба божиа Григорьевая Ходкевичовая пани виленская гетмановая навьшшая великого князства литовского, старостиния городенская и могилевская, княжна Катерина Ивановна Вишневецкая» [1, с. 73–74], так і сямейная пара: у 1604 г. «многогрешный и унылый раб Божий Павелъ Ковал со женою своею Анною купил... и придал сию книгу ку храму» [2, с. 119]. А з 1580 г. дайшоў выпадак, калі кнігу ахвяравала сям’я: «пан Мелен из панею своею Феодосию из Богом данными панятыми своими» [2, с. 165].

Пакупнікамі і ўкладчыкамі магла выступаць група жыхароў, як у запісе 1658 г. на маскоўскім друкаваным Евангеллі 1553 г.: ахвяравалі «Василии и Симеон... мещане Витебские на церков Ринка... Воскресенка Витебску стоячую ... на чест и хвалу господу богу вечными часы» [1, с. 16]. Цікава, што гэты ўклад здзяйсняўся падчас расійскай акупацыі Віцебска – значыць, і ў час ліхалецця не перарывалася духоўнае жыццё, увасобленае ў традыцыі царкоўных укладаў.

Для чалавека XVI–XVII стст. кніжны ўклад у царкву азначаў буйное грашовае ахвяраванне (што падкрэсліваюць выпадкі, калі дарыцелі прыносілі ўклад у выглядзе грошай на кнігу), а таксама павагу ад грамады, якая магла даведацца пра ўклад у тым ліку ад сведкаў, што прысутнічалі пры перадачы кнігі: «Я раб божій Гордей із жоною своею Воувдею... сию кнігу рекомую евангелие... предал до храма... На то призвал есми людей добрых и меновите Клима мелника, Лукиана, Василия Ивашченка» [3, с. 42]. Людзі зазначалі ў запісах розныя мэты ўкладаў: «за свое отпущение грехов за живота своего за здравие телесное и душевное спасение», «за свое отпущеніе грехов и за родичов своих», у памяць пра сябе («на память своей души и своих родителей в вечный поминок»), проста «ку чести и ку хвале Божей». Уклады рабілі і за чыёсьці здароўе, і ў памяць членаў сям’і (мужа, жонкі, дзетак).

Трэцім тыпам запісаў з’яўляюцца гэтак званыя “пробы пяра” – роспісы, росчыркі ў выглядзе нейкай вельмі звычайнай для карыстальніка кнігі фразы, накшталт імя вялікага князя, афіцыйнай формулы з нейкага дакумента, радка малітвы або проста літар алфавіта [4, с. 157].

У чацвёртую групу надпісаў можна аб'яднаць словы перапісчыкаў (спецыфічны тып запісаў, адносіцца толькі да рукапіснай кнігі). Цікава, што сярод іх сустракаюцца нават адгалоскі жартаў перапісчыкаў: напрыклад, на Мінеі святочнай XVI ст.: «пити ми ся хоче покушаю чернила» [2, с. 274]; усе словы захавалі сваё значэнне, толькі «покушать» у старабеларускай мове азначала «паспрабаваць», «пакаштаваць».

У пятую групу інскрыпцый можна вылучыць прыказкі, прымаўкі, афарызмы, вершы – занатаваныя чытачамі для памяці на першай-лепшай паперы, якой аказаліся кніжныя старонкі. На палях можна сустрэць думкі людзей XVI–XVII стст., прыклады народнай мудрасці: «То спит до слонца сходящяго, то не вбежит пекла горящаго», «Пчела летит на красен цвет и собирает себе медвяную сладость, а мудрый человек на полезное слово, собирает себе сокровища духовные» [7, с. 113, 141]; «Synu z mlodosci nabywai mondrosци abys nie byl na potym w zalosci. Zdaie mi sie napilbym sie alie mi sie zdalo ze penienzyi malo. Pan Bug a worek to pryiasiol prawyi a ludzka pryiazn tylko dla zabawy», «Кому бедне і еше коупил, то ся мудрости не научил», «Лепше железо варити, нежели злую жену учити» [2, с. 82, 269, 257].

У кнігах можна прачытаць і пра палітычныя ды рэлігійныя перакананні чытачоў, сімпатыі ды антыпатыі, пазіцыю ў рэлігійнай палеміцы. Так, карыстальнік натаванага Ірмалоя зазначыў на палях: «Amen яко Bozhe day aby wszystka roś poszła w ray a lachy do piekła day» [2, с. 259]. На Апостале чытач запісаў вершык, які, верагодна, выяўляў яго сацыяльныя антыпатыі: «Gdyby żydzi z panami nie szelmirowali dawno by już z głodu jak psy pozdychali», а побач ён жа занатаваў малітвы на лаціне [2, с. 76].

Шостым тыпам кніжных інскрыпцый з'яўляюцца надпісы-каментары да твораў. Так, на палях «Трэнаса» М. Смятрыцкага можна назіраць завочную спрэчку чытачоў з аўтарам. Праваслаўны Смятрыцкі напісаў свой твор па-польску, каб тэкст быў успрыняты адрасатам. Ён назваў прыхільнікаў уніі невукамі, нахабнікамі, незвычайнымі грубіянамі, лісліўцамі, удзельнікамі вакханалій, валацугамі-камедыянтамі, святапрадаўцамі. Чытачы на палях адказалі яму тым жа: «Аўтар брыдкі схізматык-блюзнер», «Укладзена самім Люцыферам і ў пекле надрукавана» [8, с. 238].

Да сёмай групы можна аднесці метрычныя запісы – значную крыніцу па сацыяльнай гісторыі, якая дае магчымасць даведацца імёны, працягласць жыцця ў той час, звычаі, якія суправаджалі нараджэнне, пахаванне, шлюб. Па метрычных запісах можна атрымаць уяўленне пра імёны XVI–XVII стст. Часцей святар запісваў імёны ў афіцыйнай,

царкоўнай форме, аднак сустракаюцца імёны і ў яўна народным вымаўленні: Хадора, Матруна, Марушка, Куліна, Марэна, Марта, Галя, Гафея, Пазея, Вувдзея; Андрусь, Ігнат, Юська, Сенька, Лаўрэн, Гервас, Грыц, Сцеца, Саўка, Логін, Мацка, Клім, Гардзей, Врун.

Кніжныя інскрыпцыі – цікавая і мала вывучаная крыніца для разумення паўсядзённай кніжнай культуры XVI–XVII стст. Яны даюць зразумець стаўленне да кнігі ў XVI–XVII стст. А ставіліся да яе з павагай: «я Васко Петрашковыч Матковский прошу чэтэлников щобисте тую книгу шановали» [2, с. 70]. Паважлівае стаўленне не прэрэчыла звычайна пісаць на кнізе. Нормы маралі, відавочна, не асуджалі такую практыку: магчыма, таму, што людзей, якія ўмелі пісаць, было нямнога, і яны былі паважанымі ў сваім асяроддзі, да іх словаў (і запісаў) прыслухоўваліся. Кніжныя інскрыпцыі ўказваюць і на іншыя практыкі карыстання кнігамі ў гэты час. Многія з іх змяніліся да нашага часу: спынілася традыцыя ўкладаў; кніга перастала выступаць як нататнік для запісу мудраслоўяў і чарнавых дакументаў; спрэчкі на палях перайшлі ў СМІ, а потым у інтэрнэт. Аднак асноўныя традыцыі кніжнай культуры засталіся нязменныя: кнігі па-ранейшаму цэняць у грамадстве, іх збіраюць, купляюць і прадаюць, дораць, з кніг чэрпаюць веды ды ідэі.

Літаратура

1. *Немировский Е. Л.* Книги кирилловской печати 1551–1600. М., 2009.
2. Кириличні рукописні книги у фондах Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника НАН України: каталог. Т. 1. XI–XVI ст. / Уклад. М.М. Кольбух, Т.М. Гуцаленко, О.О. Дзьобан, та ін., Передм. М.М. Кольбух. Львів, 2007.
3. Описание рукописного отдела и старопечатных книг библиотеки Минского церковно-археологического комитета / А. Снитко. Вып. 1. Мн., 1909.
4. *Лаўрык Ю. М.* Беларускія кніжныя інскрыпцыі XV–XVIII ст. // Здабыткі: дакументальныя помнікі на Беларусі. Мн., 2004. Вып. 6. С. 114–162.
5. Исторические сборники XV–XVII вв. Описание рукописного отдела БАН СССР. Т. 3. М., 1965. Вып. 2.
6. *Topolska M. B.* Czytelnik i książka w Wielkim Księstwie Litewskim w dobie Renesansu i Baroku. Wrocław, 1984.

МЕСЦА АЎСТРАФЕДЭРАЛІЗМУ І НЕАСЛАВІЗМУ Ў КАНЦЭПЦЫЯХ СЛАВЯНСКАЙ УЗАЕМНАСЦІ НА ЧЭШСКИХ ЗЕМЛЯХ У 1871–1914 ГГ.

С. М. Блашко

Сёння, калі ў існаванні славянскіх моў і славянскіх нацый немагчыма сумнявацца, то ў існаванні славянскага свету як нейкага цэлага цяжка паверыць. Стагоддзе таму падкрэсліваць сваю прыналежнасць да велізарнай славянскай сям’і зусім не лічылася дрэнным. Пры тым шмат

якія народы, у тым ліку і чэхі, не мелі ўласнай дзяржаўнасці, былі дастаткова слабымі, каб у адзіноце весці барацьбу за свае гістарычныя і натуральныя правы і лічылі, што моўная блізкасць і славянская роднасць з'яўляюцца дастатковымі падставамі для аказання дапамогі славянскімі народамі адзін адному.

Знакаміты славацкі паэт і публіцыст Ян Колар у свой час зазначыў: «Славянскі народ і культура падобныя да дрэва, якое падзяляецца на чатыры вялікія галіны, кожная галіна квітнее і дае ўласныя плады, кожная дакранаецца і абдымае галіны іншыя, і ўсе яны вырастаюць з адзінага караня, і разам ствараюць адзіную крону, але ні адна з іх не можа засохнуць ці абламіцца, бо тым самым цэлае дрэва стане чарвяточыць» [1, с. 48]. Выказаная ў гэтым сказе філасофская думка наконт адзінства ў разнастайнасці была вельмі далёкай ад існуючай рэальнасці ў жыцці славянства. Пераўтварэнню думкі Колара ў жыццё перашкаджалі шматлікія фактары, першаснымі з якіх былі залежнае становішча ўсіх славянскіх народаў акрамя рускага, і існуючыя паміж самімі славянскімі народамі супярэчнасці і спрэчкі. Таму не дзіўна, што славяне спрабавалі мадэрнізаваць ідэі Колара, наблізіць іх да рэальнасці. І далей за ўсіх у гэтай справе прасунуліся чэхі.

Палітычная думка чэхаў да 1871 г. вар'іравалася паміж двума супрацьлегласцямі: русафільскім панславізмам і аўстрафедэралізмам. Далучэнне да Расіі і стварэнне федэратыўнай дзяржавы ўнутры Аўстра-Венгрыі былі крайнімі кропкамі, паміж якімі існавалі менш радыкальныя канцэпцыі. Але на этапе станаўлення чэшскай нацыі ў 1871–1914 гг. разглядаць гісторыю нацыянальнага руху з пункту гледжання бінарных апазіцый азначала б схематызаваць і абагульняць сітуацыю, бо на тэрыторыі Чэхіі сутыкаліся шматлікія канцэпцыі славянскага ўзаемадзеяння.

Новы этап у развіцці чэшскай нацыянальнай праграмы і канцэпцый славянскай узаемнасці можна ахарактарызаваць наступнымі асаблівасцямі.

Па-першае, развіццё імперыялізму ў Аўстра-Венгрыі мела свае спецыфічныя рысы. Так, шматлікія астаткі феадалізму, якія захаваліся ў краіне і якія тармазілі развіццё капіталізму, з'явіліся адной з крыніц слабасці Аўстра-Венгрыі ў параўнанні з больш развітымі капіталістычнымі краінамі і прычынай таго, што аўстра-венгерская эканоміка падвяргалася эксплуатацыі больш развітымі імперыялістычнымі дзяржавамі, у першую чаргу, аб'яднанай у 1871 г. Германіяй. Гэта, канешне, вызывала незадаволенасць чэхаў і імкненне да супрацьдзеяння нямецкай буржуазіі.

Па-другое, чэшскае грамадства ў канцы 1870-х–1880-х гг. уступіла ў перыяд новага крызісу, перш за ўсё – крызісу ўласнай самаідэнтыфікацыі. Час Нацыянальнага адраджэння прайшоў, ідэалы Старачэшскай партыі, якой кіраваў да сваёй смерці «бацька нацыі» Францішак Палацкі, перасталі быць агульнымі для ўсіх сацыяльных слаёў чэшскага грамадства. Палітычныя мэты – стварэнне чэшскай аўтаноміі ў межах Аўстрыйскай дзяржавы – дасягнуты не былі, нават нацыянальная аўтаномія абмяжоўвалася аўстрыйскай палітыкай германізацыі.

Выход з дадзенай сітуацыі спрабавалі знайсці младачэхі, якія выйшлі са складу Нацыянальнай партыі ў 1874 г. Ідэйную аўстрафедэралісцкую накіраванасць яны не чапалі, змяніўшы толькі тактыку палітычных дзеянняў. Распрацоўвалася новая ідэйна-палітычная праграма, шукаліся адметнасці і своеасаблівасці, якія адрознівалі чэшскую культуру і чэшскую нацыю ад іншых культур і нацый. У ходзе спрэчак, якія датычыліся двух галоўных чыннікаў – самабытнасці і пераемнасці культуры, асабліва вылучылася філасофская канцэпцыя «малога народа» будучага прэзідэнта Чэхаславакіі Томаша Гарыга Масарыка, які, вызначыўшы адметныя рысы чэшскага народа (чалавечнасць, гуманізм, ненасільнасць, імкненне да праўды), паказаўшы яго самабытнасць і апору на традыцыі, у той жа момант не адмаўляўся ад сувязяў з іншымі народамі і дзяржавамі. Т.Г. Масарык не адмаўляў уплыву з іх боку на культуру чэхаў дзеля дасягнення галоўнай мэты, пад якой разумеўся гуманізм. Фактычна, дадзеная канцэпцыя, пазітывісцкая па сваёй сутнасці, замяніла рамантычную канцэпцыю, пабудаваную на рукапісах Ганкі, аднак абапіраючыся таксама на гісторыю і традыцыі.

Міжславянскія адносіны былі таксама закрануты Т.Г. Масарыкам: «У сваёй знешняй палітыцы мы будзем натуральна памятаць пра славянскія народы. Але наша славянская палітыка павінна быць міжнароднай, павінна быць прагрэсіўнай і дэмакратычнай» [3, s. 161]. З дапамогай вышэй адзначаных якасцяў дэмакратызму, прагрэсіўнасці і гуманізму Т.Г. Масарык выступаў супраць усталявання рэвалюцыйных ідэй у чэшскіх землях, чым прадэманстравалі сваё аўстрыйства. Нельга таксама лічыць, што Т.Г. Масарык быў прыхільнікам ідэі непраціўлення злу насіллем, своеасаблівым чэшскім Гандзі. Гэтай ідэі ён супрацьпаставіў сваю філасофію: «Мой тэзіс выглядаў прыблізна так: калі хтосьці нападзе, каб забіць мяне, я буду абараняцца, калі ж нельга будзе дапамагчы сабе інакш – я заб’ю гвалтаўніка; калі ж хтосьці з нас павінен быць забіты, няхай гэтым забітым будзе той, хто плануе здзейсніць забойства» [2, с. 24].

Аўстра-венгерскі ўрад выкарыстоўваў «лаяльнасць» чэхаў, робячы ім мінімальныя саступкі па іх патрабаваннях, у той жа момант ускосна

дапамагаючы і аказваючы падтрымку пангерманскаму руху. Такое лавіраванне спрыяла таму, што ўлады маглі захоўваць усталяваны парадак сіл у імперыі, пры тым не змяняючы пануючае становішча тытульнай нямецкай нацыі і не даючы радыкалізавацца чэшскаму нацыянальнаму руху.

У гэты крызісны для чэхаў час на гістарычную арэну і выходзіць неаславізм. Неабходна падкрэсліць, што хаця неаславізм фарміраваўся як агульнаславянская буржуазная праграма, па сваім паходжанні ён быў чэшскай канцэпцыяй. Эканамічныя і палітычныя інтарэсы чэшскай буржуазіі істотна паўплывалі на характар неаславізму ў цэлым. Цікавае для чэхаў у эканамічным плане ўяўлялі новыя рынкі збыту і сферы ўплыву для чэшскага капіталу. Асаблівую цікавае мелі рынкі славянскіх ускраін Аўстра-Венгрыі, Балканскага паўвострава, на якіх чэшскі капітал як капітал славянскі мог паспяхова канкураваць з вялікімі дзяржавамі, якія, праўда, не вельмі былі прадстаўленыя на гэтых рынках. Менавіта гэтай ідэі экспансіі чэшскага капіталу і прамысловасці павінна была служыць ідэя славянскай узаемнасці. Палітычная зацікаўленасць вызначалася двума накірункамі: у знешняй палітыцы – імкненне да саюзу Аўстра-Венгрыі з Расіяй, а ва ўнутранай – наданне магчымасцяў для эканамічнага і культурнага самавызначэння і перабудовы дзяржаўна-палітычнага ладу на буржуазна-дэмакратычных пачатках.

Існавалі дзве плыні неаславізму на чэшскіх землях: практычна арыентаваная лідара младачэхаў Карэла Крамаржа і тэарэтычная рэаліста Томаша Масарыка. Яны адрозніваліся таксама і па знешнепалітычнай накіраванасці: К. Крамарж вялікую ролю адводзіў Расійскай імперыі, а Т. Масарык арыентаваўся на заходнія краіны.

Чэшскія дзеячы выступілі з ініцыятывай правесці ў Празе кансультацыйную сустрэчу прадстаўнікоў славянскіх народаў Аўстра-Венгрыі, мэтай якой было акрэсліць шляхі збліжэння славян і абмеркаваць праграму і характар агульнаславянскага з'езду. Пры падрыхтоўцы з'езду вызначыліся крызісныя з'явы. Па-першае, некаторыя палітыкі ў Чэхіі (той жа Т.Г. Масарык) крытыкавалі Крамаржа за тое, што ён выкарыстоўвае неаславізм для павелічэння сваёй палітычнай вагі ў вачах улады. Па-другое, у Расіі руска-польскія ўзаемаадносіны лічыліся справай унутранай, якую не трэба выносіць на абмеркаванне іншых народаў. Па-трэцяе, у Расіі з'явіліся ўяўленні, што прадстаўнікі Чэхіі, якія прысутнічалі ў Пецярбурзе на абмеркаванні праграмы Славянскага з'езду, былі накіраваныя не ад усяго чэшскага народа, але толькі ад асобных партый. Усё гэта адмоўна ўздзейнічала на міжславянскія адносіны.

На Пражскім з’ездзе была здзейснена спроба абмеркаваць і прыняць новую славянскую праграму, арыентаваную на рэалізацыю ідэі славянскага адзінства ва ўсіх сферах грамадскага жыцця славянскіх народаў – палітыцы (нягледзячы на ўсе заявы чэхаў, што неаславізм не датычыцца палітыкі) эканоміцы і культуры на аснове буржуазна-дэмакратычных лозунгаў вольнасці, роўнасці і братэрства. Менавіта ў такім ключы прапагандаваўся з’езд лідарамі новага славянскага руху.

Баснійскі крызіс 1908 г. і Балканскія войны 1912–1913 гг. адлюстравалі усю безгрунтоўнасць неаславізму. Неаславіцкі рух апынуўся расколатым на складаючыя яго нацыянальныя групы, паміж якімі не было еднасці. Асноўныя лозунгі і прынцыпы неаславізму былі пахіснуты. Крызіс паказаў перавагу аўстрафедэралісцкіх матываў у дзеяннях буржуазных партый славянскіх народаў аўстрыйскай часткі манархіі пры больш стрыманых адносінах да неаславізму расійскіх уладаў. Правядзенне Сафійскага з’езду ў 1910 г. фактычна паставіла кропку ў развіцці неаславізму, агаліўшы непрымірымасць супярэчнасцяў паміж славянскімі народамі, і ў першую чаргу, паміж рускімі і палякамі. Сярод прычын заняпаду неаславіцкай канцэпцыі можна прывесці ў якасці галоўных і праследаванне кожным са славянскіх народаў сваіх інтарэсаў у ідэях славянскага адзінства Адзінымі спрыяльнымі вынікамі неаславіцкіх славянскіх з’ездаў можна лічыць узаемнае знаёмства народаў і пад’ём пачуццяў славянскай узаемнасці, развіццё культурных і навуковых узаемаадносін, вырашэнне балгара-сербскіх спрэчак наконт Македоніі, дэманстраванне магутнасці славянскіх народаў нямецкаму боку.

Літаратура

1. *Павленко А. В.* Панславізм // Славяноведение. 1998. № 6. С. 43-60.
2. *Стыкалин А. С.* Т.Г. Масарик и русская литература. По страницам “Бесед с Масариком” К. Чапека // Славяноведение. 2000. № 5. С. 20-29.
3. *Masaryk T. G.* Česká otázka. Snahy a tužby národního obrození. Praha, 1969.

МЕБЕЛЬ СОВЕТСКОЙ БЕЛАРУСИ

Д. О. Волкова

Первые годы Советской власти совпали с периодом конструктивизма, который стремился использовать новую технологию для создания целесообразных конструкций. Мебель производилась согласно нуждам населения, простая и удобная, ей были свойственны новаторство и сдержанность форм [1, с. 35]. Квартиры нуждались, как правило, в отдельных предметах: кроватях, шкафах, столах, стульях, диванах, тумбочках, этажерках.

Мебельные предприятия могли обеспечить население мебелью для различных комнат и на любой вкус. Так, к основным типам мебели, популярной в то время, можно отнести венские и шведско-американские стулья, одноместные и полуторные кровати, иногда с ажурной отделкой, платяные шкафы однокамерные, зеркальные, с 1–2 ящиками внизу и тумбой для белья (так называемые, шифоньеры), книжные двухстворчатые или славянские шкафы, буфеты с 3 дверцами с отделениями сверху, диваны и диванчики, письменные столы на тумбах и без, обеденные раздвижные столы.

Если говорить о качестве мебели, то следует сказать, что оно несколько уступало качеству московской мебели, но было примерно равным со шведско-американскими примерами мебели, хотя, иногда в магазинах можно было встретить предметы из суковатого материала, с не очень хорошо обделанными внутренними частями и неаккуратными петлями, но это было скорее исключением.

В 30-х гг. при изготовлении мебели усилилась её декоративность и помпезность. Переход на путь украшения в архитектуре привёл к эклектизму и в мебельном искусстве [7, с. 21].

Великая Отечественная война стала огромным потрясением для всей промышленности СССР. В короткий срок все силы были мобилизованы на борьбу с немецко-фашистскими захватчиками: многие мебельные специалисты ушли на фронт, некоторые были эвакуированы в тыл вместе с предприятиями, где было налажено производство.

В послевоенные годы мебельное производство Беларуси не отличается разнообразием и высоким художественным уровнем. Его развитие происходит под мощным идеологическим воздействием и зависит от интерьерного окружения и характера архитектуры [2, с. 28]. Перед мебельными предприятиями ставились задачи изготовления самой необходимой для населения мебели, такой как стулья и табуреты, столы письменные и кухонные, шкафы, детские кроватки, диваны. Стоит отметить, что даже в условиях катастрофической нехватки мебели и ускоренных темпах послевоенного восстановления, старались поддерживать качество производимой продукции.

Для послевоенного восстановления страны делалось многое. Проектирование интерьеров стало важной составляющей в деятельности архитекторов, а интерьер стал и объектом научно-исследовательской работы. Первая крупная послевоенная выставка мебели была проведена в Москве в 1956 г. На ней были представлены новые, экспериментальные образцы отдельных предметов и наборы мебели.

В феврале 1957 г. для разработки новых моделей мебели в системе Министерства лесной и деревообрабатывающей промышленности Беларуси было создано проектно-конструкторское бюро (ПКБ).

В это время создавались новые образцы мебели, ассортимент выпускаемой продукции белорусских фабрик значительно расширился, ее стали реализовывать во многих районах Советского Союза и поставлять на экспорт. В этот период наибольшую популярность набирает мягкая мебель (особо популярными были диваны, оттоманки, кушетки, тахты с подъемным механизмом, диваны-кровати).

Мебель для квартир, проектируемая белорусскими конструкторами, отличалась комфортабельностью. Кровати, диваны-кровати, обеденные столы, стулья и кресла проектировались минимально необходимых габаритов удобных для использования. Тогда как всесоюзные конструкторские решения были направлены на обстановку квартиры в целом, конструкторы БССР одними из первых начали конструировать отдельные группы предметов для обстановки квартир, которые позволяли более «маневренно» и с большим разнообразием меблировать квартиру.

В производство мебели внедрялись новые виды конструкционных, облицовочных и отделочных материалов: древесностружечные и древесноволокнистые плиты, декоративные бумажнослоистые пластики, полиэфирные лаки и др. [5, с. 36]. Большинство мебели, представленной белорусскими конструкторами, было рассчитано на изготовление из этих новых, прогрессивных материалов, конструктивные решения предусматривали технологичности изготовления и тем самым возможность поточного производства.

В связи с необходимостью дальнейшего улучшения качества мебели в 1975 г. был проведен III Всесоюзный конкурс на лучшие образцы мебели массового производства для новых типов квартир. Конкурс продемонстрировал возможности индивидуализации интерьера при высоком уровне унификации элементов мебели и целесообразность проектирования её функциональных групп вместо отдельных гарнитуров [3, с. 34].

Белорусские мебельщики большое внимание уделяли конструированию секционной мебели, когда создавалась базовая модель и на ее основе и на ее основе разрабатывалась целая серия вариантов, отличающихся друг от друга как по функциональному назначению, так и по архитектурно-художественному решению [8, с. 70].

Одним из представителей авторов проектов Белорусской мебельной промышленности начала 60-х гг. является Э. О. Шуберт, начавший свою карьеру в Германии и переехавший в Советский Союз, а с 1963 г. – главный архитектор мебельной промышленности БССР. За время работы в Беларуси им было создано более 300 проектов индивидуальных мебельных изделий, он награжден золотой, серебряной и бронзовой медалями ВДНХ СССР и дипломами ВДНХ БССР.

Белорусская мебель в это время пользуется популярностью у потребителей не только внутри республики, но и за ее пределами. В 70-х гг. было внедрено около 120 новых современных по конструкции и форме изделий. Десяти наборам и гарнитурам и одному изделию присвоен Знак качества [4, с. 21].

В 1982–1983 гг. в Москве был проведен IV Всесоюзный конкурс на новые образцы мебели для массового производства для типовых квартир с учетом перспективного массового жилищного строительства [6, с. 36]. Выявилось основное направление стилиобразования мебели – функционально-конструкторское [6, с. 40]. Основными тенденциями этого направления в мебели стали унификация формообразующих элементов, секционно-блочное решение изделий и их элементов, единое конструкторско-художественное решение мягкой мебели и ком-плекующих изделий, сочетание кутаных элементов формообразования с элементами из древесины, клееными, металлическими.

В целом, на развитие мебельных типов БССР большое влияние оказывали общие тенденции, присущие Советскому Союзу в целом. В анализе этапов развития мебельной индустрии БССР, как и СССР, выделяются 2 основных периода: довоенный и послевоенный. Первый этап отмечен зарождением мебельной индустрии БССР. Во втором этапе мебельного развития, исходя из обще советских тенденций, можно выделить 3 периода: послевоенного восстановления 50-х гг., развития новых типов мебели конца 50-х – середины 70-х гг. и установление мебельных традиций, существующих до сих пор.

Если говорить о первом периоде, то следует отметить, что для мебели БССР, как и для мебели СССР данного периода, характерно влияние модерна, а затем конструктивизма и функционализма. Вместе с тем, следует отметить, что влияние первого было не настолько сильным. В целом, мебель изготавливалась простой и удобной, полностью отвечающей потребностям населения. До начала 30-х гг., пока были сильны профессиональные связи с европейскими коллегами, в мебели БССР можно было выделить образцы шведско-американской мебели, создаваемая предприятиями страны, она не уступала по качеству европейским примерам. В середине 30-х гг., как отмечалось выше, в конструировании мебели начинают обращаться к устаревшим формам мебели, повышая ее декоративность и помпезность. Параллельно с этим, ведутся поиски новых путей развития мебельной стилистики, которые выльются в производство только в послевоенные годы.

Послевоенное восстановление дало развитие мебельной промышленности БССР, когда восстанавливались, расширялись и создавались мебельные предприятия. В виду ускоренных темпов обновления страны,

большое внимание уделялось интерьеру жилых домов. Отказ от украшательства в архитектуре, применение новых материалов и технологий, особенно панельное домостроение, качественное изменение жилища в середине 50-х гг. обусловили необходимость разрешения противоречий между старыми принципами мебелировки и новыми требованиями к жилищу. С расширением ассортимента выпускаемой продукции, с конца 50-х гг. белорусские проектировщики большое внимание начали уделять новым формам мебели, таким как: секционная, стеллажная и комбинированная, считая их наиболее перспективными. Кроме того, проектировщики, стараясь не отставать от новых технологий и материалов, всегда создавали мебель, которая соответствовала уровню развития промышленности. Это позволило мебельной промышленности БССР выйти к середине 70-х гг. не только на Всесоюзные рынки, но и завоевать мировое признание. Мебель этого периода продолжает оставаться простой, лаконичной и легко создаваемой. Во многом, это происходит благодаря Э.О. Шуберту, который внес в белорусское мебельное производство новую, яркую струю. Начиная с середины 60-х гг. им создаются гарнитуры мебели для дач и городских квартир, разрабатываются комплекты мебели для всей квартиры сразу и для каждой из ее комнат. С середины 70-х гг. в развитии мебели БССР получила развитие секционная мебель, блокируемая в стенки по ширине и высоте. Данный принцип нашел свое широкое отражение в производстве кухонных гарнитуров. Кроме того, из-за стремления потребителя к усилению декоративно-художественной функции мебели, проектировщики начали активно использовать гнукклеевые и плоскостежковые элементы. Продолжает развиваться встраиваемая мебель. В этот период в стилеобразовании главенствует функционально-конструкторское направление, сильной чертой которого является корпусная мебель.

Следует сказать, что на протяжении всего исследуемого периода, а, особенно в послевоенный этап развития, даже в условиях жесткой унификации, белорусские конструкторы старались разнообразить мебельную продукцию. Мебель БССР неоднократно побеждала на Всесоюзных выставках, получила признание у европейских покупателей, ее всегда выделяли простота и лаконичность форм, комфортность и качество.

Литература

1. *Барташевич А. А.* Интерьер и мебель России и Беларуси. Минск, 2001.
2. *Барташевич А. А.* Интерьер и мебель XX в. Минск, 2001.
3. *Гацура Г.* Мебель Европы. М., 2001.
4. *Кайков Л. С.* Мебель Белоруссии. Минск, 1974.
5. *Кайков Л. С.* Передовой опыт производства мебели на предприятиях Белоруссии. Минск, 1967.

6. Крюк Л. В. Производство и качество мебели в БССР. Минск, 1988.
7. Рукина Ф. За высокое качество мебели. Всесоюзная мебельная выставка // Бюллетень Народного комиссариата лесной промышленности СССР. 1936. № 12. С. 21.
8. Саймонович К. Д. Опыт разработки и внедрения в производство новых прогрессивных изделий мебели в БССР // Совершенствование проектирования и повышение эффективности производства мебели. Минск, 1976. С. 68–73.

«САР» (𐎎𐎗) В БИБЛЕЙСКИХ ИСТОЧНИКАХ ПЕРСИДСКОГО ПЕРИОДА (VI – IV вв. до н.э.)

А. В. Волынец

Административная структура государства Ахеменидов в целом известна достаточно хорошо, особенно на общегосударственном уровне. Однако, будучи империей это государственное образование объединяло самые различные территории по уровню развития, населению и т.д. Каким образом совмещались имперские властные структуры и местные, традиционные органы власти известно для различных частей империи в разной степени.

Цель данной работы определить, что из себя представляла должность «сар» в провинции Иудея государства Ахеменидов. Эта информация позволит более глубоко исследовать государственное устройство державы Ахеменидов в целом и местной власти в частности.

Источники, которые могут полить свет на этот вопрос, находятся в составе Ветхого Завета: книга Эзры-Нехемьи, 1-2 книги Хроник, книга Эстер и др.

Наиболее часто в источниках персидского периода термин «сар» упоминается в форме «сар (хаџи) пелех».

Сар (𐎎𐎗), согласно словарю Штейнберга и Стронга, *начальник* [1, с. 467], *главный человек любого ранга и класса* [2, р. 121]. Происходит от глагола *сарар* (𐎎𐎗𐎎), который означает *властвовать, господствовать* [1, с. 469], *доминировать* [2, р. 121].

Пелех (𐎎𐎗𐎎) согласно словарю Стронга происходит от не используемого корня со значением *быть круглым*, переводится *район, округ* [2, р. 95]. Таким образом, это выражение переводится как «начальник (половины) округа».

Употребление этого выражения относится к эпизоду восстановления городской стены Иерусалима (Нех. 3:1-38). В связи с этим существуют и другие толкования данного выражения. Так Аарон Демский считает, что древнееврейское *пелех* связано с аккадским *piiku*, которое он переводит как «трудовая обязанность» (work duty) или «налог в форме призванного труда» (tax in the form of conscripted labour). В Нехемии, таким образом, под *пелех* подразумевается «участок работы», а не административный район. Демский указывает на эквиваленты в клинописной литературе к

еврейскому *sar pellex* «надзиратель над участком работы» (LÚ.GAL rilkani, «руководитель участка работы»), и *sar хаци пелех* «надзиратель за половиной рабочего участка» (mešli sâbi, «половина рабочей силы»). Хотя к данной реконструкции и есть некоторые вопросы, в контексте Нехемии она несколько более интересна, чем традиционное представление о *пелех* как об «округе» [3, р. 80]. Но это не исключает и традиционного значения *пелех* т.к. указанная «work duty» вполне могла осуществляться в административных границах.

Sar достаточно распространенное слово в Ветхом Завете, упоминается в книгах совершенно разного времени написания. Часто употребляется с уточняющим словом: старший округа, старший крепости, часто военначальник и т.п. Очевидно, это должность имеющая корни в местной традиции, в системе местного управления (в отличии от термина *пеха* (חפא), который стал употребляться в отношении иудеев начиная с источников персидского периода).

Кроме «старшего над (полу)округом» в источниках упоминаются «*sar ha бира*» (Нех. 7:2), «*sar медина*» (Эстер 8:9, 9:3) и «*sar ам вз ам медина у медина*» (Эстер 3:12).

Бира (בִּירָה) заимствованное слово, которое переводится как *дворец, крепость* [4, с. 56]. В нашем случае «*sar ha бира*» скорее переводится как «начальник крепости».

Слово *медина* в переводе с арамейского имеет значение страна, область, провинция. Происходит от глагола *дин* (דִּן) судить. Употребляется и в арамейских текстах Библии, и в древнееврейских. Первоначальное значение *административный район* [5, с. 148–149]. Таким образом, можно заключить, что это был судебный округ.

В Эзре 5:8 Иудея также названа *медина*. Характерно, что она так названа в письме наместника (*пеха*) Заречья царю Дарию, в котором тот извещал царя о подозрительном строительстве у иудеев (которые восстанавливали Храм). В остальных случаях слово *медина* абсолютное большинство раз (23) используется в книге Эстер.

Таким образом, в библейских источниках персидского периода *sar* представлял из себя в большинстве случаев начальника территориальной административной единицы (*sar (хаци) пелех*), судебного округа (*sar медина*) или начальника городского гарнизона (*sar ha бира*).

Литература

1. Штейнберг О. Н. Еврейский и халдейский этимологический словарь к книгам Ветхого Завета. Т. 1. Вильна, 1878.
2. Strong J. Dictionary of the words in the Hebrew Bible. Nashville-New York, 1890.
3. Carter C. E. The Emergence of Yehud in the Persian Period. A Social and Demographic Study. Sheffield, 1999.

4. Еврейско-русский и греческо-русский словарь-указатель на канонические книги Священного Писания. Спб., 2005.
5. *Грихилис Л.* Практический курс библейско-арамейского языка: учебн. пособие. М., 1998.

ХАРАКТАР КАНФЛІКТУ ПАМІЖ КРЫШТОФАМ РАДЗІВІЛАМ «ПЯРУНОМ» І ЖЫГІМОНТАМ ІІІ ВАЗАЮ Ў АПОШНІМ ДЗЕСЯЦГОДДЗІ ХVІ – ПАЧАТКУ ХVІІ СТАГОДДЗЯЎ

С. А. Ганчарэнка

З канфлікту Крыштофа Радзівіла Пяруна з Жыгімонтам ІІІ Вазаю пачынаецца сталая канфрантацыя прадстаўнікоў біржанскай галіны роду з чарговымі манархамі з дынастыі Вазаў на троне Рэчы Паспалітай. Кульмінацыямі гэтай канфрантацыі стаў актыўны удзел сына Пяруна Януша Радзівіла ў рокашы Зебжыдоўскага 1606–1609 гг., а таксама адкрыты выступ на баку Швецыі ў 1655–1657 гг. яго ўнукаў Януша і Багуслава. Фактычна, больш за паўстагоддзя прадстаўнікі біржанскай галіны роду знаходзіліся ў апазіцыі да каралёў Рэчы Паспалітай з дынастыі Вазаў, і прычыны падобнага стану рэчаў неабходна шукаць у пачатках кіравання Жыгімонта ІІІ. Без даследавання характару адносінаў паміж Крыштофам Радзівілам і манархам немагчыма да канца зразумець прычыны заключэння Янушам Радзівілам і адданай яму шляхтай 20 кастрычніка 1655 г. знакамітай Кейданскай уніі са Шведскім каралеўствам.

У перыяд трэцяга безкаралеўя (1586–1587), насуперак пашыранаму ў гістарыяграфіі меркаванню, Крыштоф Радзівіл не з’яўляўся прыхільнікам Жыгімонта Ваза. Віленскі ваявода не спяшаўся адназначна займаць бок нейкага кандыдата, аднак найбольш спрыяў Фёдару Іванавічу. Зрэшты, выбар Жыгімонта Вазы ён сустрэў калі і не з энтузіязмам, то, прынамсі, не негатыўна [1, с. 219–226; 2, с. 261–272; 3, с. 269; 4, с. 94; 5, с. 22–23].

Аднак адносіны Крыштофа Радзівіла Пяруна з Жыгімонтам ІІІ не заладзіліся амаль ад пачатку. Як адзначаў Леў Сапега на пазіцыях Радзівіла пры двары значна адбілася яго нез’яўленне на каранацыйным сойме 1587–1588 гг. [3, с. 269]. У сваю чаргу, магчыма на паставу Пяруна аказалі ўплыў дастаткова інтэнсіўныя паведамленні Льва Сапегі аб незычлівасці Жыгімонта ІІІ да «народу літоўскага» [4, с. 187–192, 194, 198; 5, с. 36]. Адносіны паміж каралём і Крыштофам Радзівілам значна сапсаваліся, калі літвіны прамарудзілі з выдачай каралеўскіх клейнот з Гародні [4, с. 192–193; 5, с. 31–33].

Як вынік, манарх адмовіўся надаваць слугам Крыштофа Радзівіла зямельныя ўладанні [4, с. 193]. Пярун у сваю чаргу не спяшаўся на з'езд сенатараў у Берасці, скліканым Жыгімонтам III пад час яго першага наведвання ў ВКЛ у лістападзе 1588 г. [5, с. 41]. Зрэшты там, мабыць, часова наладзіліся стасункі паміж каралём і віленскім ваяводаю. На пацыфікацыйным сойме 1589 г. Крыштоф Радзівіл быў намінаваны на ўрад вялікага гетмана. У жніўні гэтага ж году ён склаў кампанію манарху ў ягонай паездцы на кангрэс ў Рэўлі [3, с. 269; 5, с. 42; 6, с. 138]. Аднак пацяпленне было нядоўгім. Ужо на сойме 1590 г. Пярун рэзка выступіў супраць падатку на Вялікае Княства Літоўскае, што выклікала вялікую няласку Жыгімонта III. Наогул гэты сойм віленскі ваявода назваў «злачынным» і «нецнтатлівым», «якога ніколі не толькі пры нас, але і пры продках нашых не было» [3, с. 269].

Далейшае стаўленне Крыштофа Радзівіла да манарха вызначыла вядомая справа з віленскім біскупствам, якая разгортвалася ад сярэдзіны 1592 г. Найбольш заўзятым праціўнікам паляка Б. Мацяёўскага на пасадзе віленскага біскупа стаў Крыштоф Радзівіл. Ягоная пазіцыя па гэтым пытанні азмрочвала і без таго не самыя лепшыя адносіны з Жыгімонтам Вазаю, канчаткова паставіла яго ў апазіцыю да двара. На думку Льва Сапегі справа з біскупствам стала галоўным перашкодаю, якая замінала наладжванню стасункаў паміж Пяруном і Жыгімонтам III [5, с. 216].

У апошнія дзесяцігоддзе XVI ст. паміж манархам і віленскім ваяводаю перыядычна ўспыхвалі рознага маштабу канфлікты. Асаблівага накалу адносіны паміж дваром і Крыштофам Радзівілам дасягнулі ў канцы 1594–1595 гг., калі апошні перайшоў у сапраўдны наступ на манарха. Ён надзвычай негатыўна паставіўся да рашэння Жыгімонта III склікаць на люты 1595 г. сойм у Кракаве. Двор меркаваў, што ён нават імкнуўся сарваць правядзенне сойму, інтрыгуючы супраць яго ў Польшчы з арцыбіскупам С. Карнкоўскім [3, с. 270]. Больш за тое, Крыштофу Радзівілу прыпісвалі тое, што ён пастараўся аб негатыўных інструкцыях паслоў на сойм з паведаў Вялікага Княства Літоўскага [4, с. 298; 5, с. 100]. Паводзіны Пяруна падчас соймавай каманіі на самімі сойме (які ваявода віленскі праігнараваў) адкрыта называлі бунтам [3, с. 271; 5, с. 104]. Такім чынам з сярэдзіны 1590-х гг., пазіцыю Крыштофа Радзівіла да двара можна характарызаваць як выразна апазіцыйную [2, с. 275].

У адказ Жыгімонт III значна абмежаваў паўнамоцтвы Крыштофа Радзівіла як вялікага гетмана Вялікага Княства Літоўскага. Пад час бунту Налівайкі (1595–1596) ён не дазволіў Пяруну самаму выбраць ротмістраў для ротаў [5, с. 131]. Затым манарх адмовіў віленскаму ваяводзе ў прызначэнні К. Зяновіча польным гетманам, хаця ўжо раней

загадаў пісаць Л. Сапегу прывілей для яго. Урэшце, Жыгімонт III не згадзіўся па просьбе Крыштофа Радзівіла надаць урад пісара польнага блізкаму яго паплечніку П. Стаброўскаму [5, с. 137–140].

Гэтыя канфлікты прывялі да таго, што доўгі час Жыгімонт III адмаўляўся даваць сыну Пяруна Янушу Радзівілу на просьбы бацькі які-небудзь сталовы ўрад. Першыя згадкі аб спробах Крыштофа Радзівіла атрымаць намінацыю для сына адносяцца да лета 1597 г. Некалькі гадоў гэтыя спробы да поспеху не прыводзілі. Толькі вясною 1599 г. Януш Радзівіл атрымаў сталовы ўрад падчашага ВКЛ. У гетманстве польным манарх яму адмовіў [4, с. 134, 145, 151, 153, 226; 5, с. 154, 157, 184, 191–192, 216, 239].

Безумоўна, двор апасаўся наймагутнейшага ў ВКЛ магната, асабліва яго ўсё больш рэальнаму саюзу з галоўным лідарам апазіцыі ў Кароне Янам Замойскім. Для частковай нейтралізацыі пазіцыі Пяруна, Жыгімонт Ваза паспрабаваў выкарыстаць канфлікт біржанскіх Радзівілаў з Хадкевічамі з-за спадчыны Алелькавічаў, у якім не адкрыта, але ўсё ж выразна спрыяў Хадкевічам [7, с. 209–210]. Цудоўна пазіцыю манарха характарызуюць наступныя яго словы: «усёй Літвой завалодаў і ёй кірую і калі б я яшчэ Хадкевічаў не падтрымліваў, падпарадкаваў бы ўсіх, але яму трэба супрацьпаставіць таго, хто бы яго на месца паставіў, калі б яму яшчэ да ўсяго Слуцк даць, то ён бы сваёй сілаю Літву апанаваўшы, захацеў бы быць князем вялікім, а потым каралём, але нічога з гэтага не будзе» [7, с. 208]. Напружанне ў адносінах паміж Жыгімонтам III і Крыштофам Радзівілам прывяло да таго, што перад соймам 1598 г. апошні адкрыта пагражаў сарваць яго паседжанні [2, с. 294; 3, с. 270].

Аднак на сойме 1600 г. Жыгімонт III выразна змяніў сваю пазіцыю у дачыненні да Крыштофа Радзівіла, што было звязана з інкарпарацыяй Эстоніі і будучай вайной са Швецыяй. Ён заняў нейтральнае становішча ў канфлікце за слуцкую спадчыну, каб заручыцца падтрымкаю гетмана. Зрэшты, хутка кароль змяніў сваё меркаванне і параіў Пяруну перадаць камандванне над войскам Ежы Фарэнсбаху [3, с. 272; 7, с. 214].

Крыштоф Радзівіл усё ж узначаліў войска ВКЛ, якое мусіла бараніць Інфлянты ад шведаў і на тле гэтай вайны канфлікт паміж Жыгімонтам III і віленскім ваяводаю дасягнуў сваёй кульмінацыі. Ужо вясною 1601 г. Пяруна пачалі пры двары абвінавачваць у няўдачах вайны ў Інфлянтах [4, с. 268]. Яму закідалі выбар кепскіх ротмістраў для ротаў, якія на чале сваіх фармаванняў рабавалі мясцовых жыхараў, тое, што на абарону Інфлянтаў было выдадзена шмат грошай, а выніку гэта ніякага не прынесла, што татары былі пасланыя без водза. Таксама вялікага гетмана абвінавачвалі ў адсутнасці дысцыпліны ў войску, у нежаданні прымаць

кандыдатуру манарха на польнае пісарства і нават у раскраданні грошай [4, с. 267–271]. Жыгімонт III адмовіў Пяруну амаль ва ўсіх яго просьбах аб зямельных наданнях тым, хто паказаў сябе пад час каманіі з лепшага боку [4, с. 269; 5, с. 276–277, 279–280, 298–299, 312–313]. Не даваў згоды кароль і на высыланне дапамогі ў Інфлянты [5, с. 228]. У Вільне распаўсюджваліся чуткі, што Рубморк не быў узяты толькі таму, што не хацеў здавацца менавіта Крыштофу Радзівілу [5, с. 294].

Выглядае на тое, што значная частка гэтых абвінавачванняў не мела пад сабою падставаў, ці, прынамсі, часткова праблемы ў Інфлянтах былі вынікам палітыкі самага манарха [5, с. 283–285]. У красавіку 1601 г. Жыгімонт III праз свайго пасланніка прапанаваў Пяруну адмовіцца ад узначальвання войска. Крыштоф Радзівіл гэтую прапанову праігнараваў. У канцы верасня 1601 г., з прыбыццем у Інфлянты кароннага гетмана Яна Замойскага і самага Жыгімонта III, Пярун пакінуў войска і з'ехаў у ВКЛ. Вясною 1602 г. Войска ў Інфлянтах узначаліў Ян Караль Хадкевіч, галоўны супернік біржанскіх Радзівілаў што моцна закранула гонар Крыштофа Радзівіла [3, с. 271–272; 4, с. 166–168; 5, с. 298, 316–317].

Зімою 1603 г. Крыштоф Радзівіл з'явіўся на сойм, дзе разам з сынам Крыштофам II і Аляксандр Астрожскім рэзка выступіў у абарону правоў іншаверцаў, перад гэтым прэзентаваўшы Жыгімонту III 22 харугвы здабытыя ў Інфлянтах. У лістападзе гэтага ж году ён памёр пад час наведвання дачкі Эльжбеты ў Ласасінай пасля непрацяглай хваробы, застаючыся ў апазіцыі да манарха і адчуваючы на сабе яго моцную няласку. [3, с. 273–274]. Апазіцыю у дачыненні да палітыкі Жыгімонта III ў Вялікім Княстве Літоўскім узначалілі яго дзеці Януш і Крыштоф, а таксама пляменнік Ежы.

Літаратура

1. *Michalak H.* Jan Zamoyski a Radziwiłowie. Od suplikanta do mentora // *Miscellanea historico-archivistica.* Warszawa, 1989. T. 3: Radziwiłowie XVI-XVIII wieku. S. 217–233.
2. *Kempa T.* Mikołaj Krzysztof Radziwił Sierotka (1549-1616) wojewoda wileński. Warszawa : Semper, 2000.
3. *Lulewicz H.* Radziwił Krzysztof zwany Piorunem // *Polski Słownik Biograficzny.* Wrocław, 1987. T. 30. S. 264–275.
4. *Archiwum Domu Radziwiłłów: Lista ks. M. K. Radziwiłła Sierotki-Jana Zamoyskiego-Lwa Sapiehy.* Kraków, 1885.
5. *Archiwum domu Sapiehów.* T. 1. Listy z lat 1575-1606 / Wyd. A. Prochaska. Lwów, 1892.
6. *Lulewicz. H.* Radziwił Albrzycht // *Polski Słownik Biograficzny.* Wrocław, 1987. T. 30. S. 135–140.
7. *Lulewicz H.* Walka Radziwiłłów z Chodkiewiczami o dziedzictwo słuckie // *Miscellanea historico-archivistica.* Warszawa, 1989. T. 3 : Radziwiłowie XVI-XVIII wieku. S. 201–216.

НЕФТЕЭТАТИСТСКАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ В ВЕНЕСУЭЛЕ (1970-е–п.п. 1980-е гг.)

И. И. Дубонос

Боливарианская республика Венесуэла – одно из наиболее динамично развивающихся государств Западного полушария. Правящий боливарианский режим позиционирует себя как альтернативу существующей западной либеральной модели. Его экономическая политика – ответ на кризис 1990-х гг., ставший результатом нефтеэтистской политики вт. пол. 1970-х – п.п. 1980-х гг. Поэтому изучение этого периода важно для понимания актуальной для нас экономики современной Венесуэлы.

Что такое нефтеэтизм? Сам термин был предложен Яковом Машбицем, который, впрочем, не дал его точного определения [12, с. 6–7]. В этой связи нами было предложено итоговое определение этого феномена в экономике. Нефтеэтизм – это режим, при котором существует мощное, финансово состоятельное правительство, опирающееся на эксплуатацию развитого, национализированного нефтяного сектора, перенаправляющее получаемые от него доходы на социальные программы и развитие госсектора в экономике.

Национализация нефтяного сектора в Венесуэле произошла в 1975 г., когда 1 января этого года вступил в действие Закон о национализации. Национализация произошла в результате консенсуса различных политических сил в стране, каждая из которых желала достичь своих целей [10, с. 114].

Национализация отрасли, приносившей в страну более 90 % валютных поступлений, дала государству огромные денежные ресурсы, позволило осуществлять огромные инвестиции в национальную экономику. Основные инвестиции были направлены на создание национальной промышленности. Еще в 1970 г. венесуэльские политики заявили о том, что задача создания промышленности, обеспечивающей *внутреннее* потребление в целом решена [5, с. 20]. Несмотря на то, что такое заявление в целом было слишком смелым, важным был сделанный из него вывод. А он был следующим: нужно переходить к созданию т.н. «мегапроектов» – сверхсовременных предприятий, чья продукция должна быть направлена на экспорт [5, с. 20]. Уже тогда была поставлена задача освободить Венесуэлу от привязки к одному экспортному продукту. До национализации у правительства не было денег для осуществления столь масштабных проектов. Теперь деньги появились.

Проблема была не в деньгах, а в другом: небывалом росте коррупции. При этом правительство не препятствовало коррупции, а само принимало в ней участие: Перес, придя к власти как представитель партии ДД,

стремился избавиться от опеки старых партийных лидеров, для чего создал свою группу, «повязав» ту рядом незаконных действий [9, с. 45]. Но это привело к тому, что коррупционное поведение было воспринято на всех уровнях разросшегося чиновничьего аппарата. Результатом стал весьма неэффективный расход средств, когда около 40 % сверхдоходов от экспорта нефти и нефтепродуктов поглощалось коррупцией [13, с. 98]. Это, в частности, не позволило осуществить ряд «мегапроектов» во второй половине 1970-х гг. [5, с. 33]. Так, постройка ГЭС «Гури» и полное обновление фондов комбината «СИДОР» так и не было осуществлено – изначальная смета в процессе осуществления проектов выросла в несколько раз, но и этого оказалось недостаточно для успешного завершения этих «мегапроектов».

Наметилась и другая неприятная тенденция: все более падала отдача от роста государственных расходов на инвестиции. Если в 1960-е и п.п. 1970-х гг. увеличение государственных расходов на X % давало (усреднено) рост ВВП на $0,8 X$ %, то за период 1974–80 гг. государственные расходы выросли почти вдвое, а ВВП – лишь на 40 % (коэффициент – 0,4) [13, с. 102]. Если в 1970–75 гг. «современные отрасли» (т.е. эксплуатирующие новейшие достижения науки и техники – это химическая, радиотехническая и т.п. отрасли) увеличили свою долю в обрабатывающей промышленности с 46,2 до 49,8 % [15, с. 28] в условиях крайне ограниченного финансирования [10, с. 120], то в условиях нефтяного изобилия 1975–80 гг. и огромных инвестиций, рост доли этих отраслей составил всего 4,7 % – с 49,8 до 54,5 % – а по отдельным позициям наблюдался некоторый спад: так, доля химической промышленности упала с 7,3 до 7,0 % [15, с. 28].

Помимо коррупции, развитию венесуэльской промышленности (и вообще всего производственного сектора) препятствовали (как ни парадоксально) сами сверхдоходы от экспорта нефти. Проблема здесь заключалась в следующем. Несмотря на то, что собственно к нефтедобыче и ее доходам имел допуск весьма ограниченный процент населения страны, они вводили в экономику огромные деньги, потребляя элитные товары и услуги. При этом элитные товары в основном были иностранного происхождения, что приводило к росту доходов импортеров, а не производителей. Рост же доходов в сфере обслуживания приводил к тому, что зарплаты там были больше, чем в производственном секторе, что приводило к оттоку специалистов из реального сектора. Этот комплекс проблем получил в экономической науке название «Эффект Венесуэлы» [13, с. 103].

Еще одной проблемой сложившейся системы было то, что она подавляла любую частную инициативу. Госсектор, составлявший в 1979 г. более 60 % от экономики страны [11, с. 395], располагал значительно

большими ресурсами, нежели любой из частных производителей, что делало невыгодным осуществление бизнеса в Венесуэле и приводило к оттоку частного капитала из экономики страны [4, с. 34–35]. Нельзя сказать, что правительство не пыталось уравнивать частный и государственный сектор – наоборот, на уравнивание был направлен ряд программ. Только за 1975–77 гг. частному сектору из государственного бюджета было выделено более 3 млрд. долларов в виде налоговых льгот и тарифных скидок, что составило 17 % от объема частных капиталовложений в основной капитал в экономике [14, с. 33]. Проблема здесь была в том, что это превращало частный сектор в еще одну обузу на плечах нефтяной отрасли, приносящей валюту в страну – привыкший к тепличным условиям бизнес был неконкурентоспособен в условиях отсутствия государственной поддержки.

В результате экономическая политика, несмотря на постоянный во второй половине 1970-х гг. рост цен на нефть – основной экспортный продукт Венесуэлы – не только не привела к ликвидации диспропорций в национальной экономике, но и без реальных результатов поглотила огромные денежные ресурсы, ушедшие на неэффективные «мегапроекты» и содержание разросшегося госаппарата. Тем временем неэффективность проводимой политики привела к тому, что уже в 1977 г. бюджет закрылся с дефицитом в 233 млн. долларов – первый дефицитный бюджет с 1964 г. [1, с. 232]. Иными словами, рост коррупции, попытки осуществления масштабной индустриализации, общая неэффективность расходования средств привели к тому, что сверхдоходы от экспорта оказались поглощены и страна была вынуждена прибегнуть к внешним заимствованиям. Внешний долг вырос за 1975–79 гг. в 10 раз до 24 млрд. долларов [6]. Произошли неблагоприятные изменения в его структуре, где более половины объема стало приходиться на краткосрочные обязательства [8].

Такая ситуация в экономике могла существовать, пока Венесуэле было легко получать кредит – а это было легко до тех пор, пока цены на нефть были высоки. Но долго они на высоком уровне сохраняться не могли. Достигнув максимума в 1981 г., цена на нефть начала неуклонно падать. В цифрах это можно выразить следующим образом: если в 1981 г. экспорт нефти приносил доход в размере 19,9 млрд. долларов, то в следующем, 1982 г., только 16,4 млрд. долларов [9, с. 45–46]. Этот удар и без того весьма слабая венесуэльская экономика не пережила, в ней начался глубокий кризис, принявший форму стагфляции. В 1981 г. рост экономики составил 0,3 % при инфляции в 11,4 % [3, с. 234]; в следующем году рост составил 0,4 % при инфляции в 26 % [2, с. 227]. Ситуация значительно усложнялась плохой структурой государственного долга, где более 50 % составляли краткосрочные обязательства [8], что

наложилось на рост процентов по внешним заимствованиям [7, с. 64–68].

Таким образом, к середине 1980-х гг. экономическая политика нефтеэтатизма, которая сводилась к прямой денежной «накачке» экономики путем субсидий производителям и потребителям. На протяжении второй половины 80-х гг. XX в. были в общих чертах выработаны две основные альтернативные ей стратегии экономического развития – неолиберальная, которую пытались осуществлять в 1990-е гг., и неонефтеэтатистская, которую приняли боливарианцы, и которая во многом является развитием нефтеэтатистской модели, ее модернизацией с отходом от прямой «накачки» в пользу косвенной.

Литература

1. *Бирюлин В., Козлов Ю.* Венесуэла (Республика Венесуэла) // Ежегодник БСЭ (1979). М.: Советская энциклопедия, 1979. С. 231–233.
2. *Власов Н., Линн А.* Венесуэла (Республика Венесуэла) // Ежегодник БСЭ (1984). М.: Советская энциклопедия, 1984. С. 229–230.
3. *Власов Н., Линн А.* Венесуэла (Республика Венесуэла) // Ежегодник БСЭ (1982). М.: Советская энциклопедия, 1982. С. 234–237.
4. *Гонсалес Ф.* «Задачи Венесуэлы»: истоки, проблемы, перспективы // Латинская Америка. 1997. № 1. С. 34–43.
5. *Гурвиц М. М.* Венесуэла – от «представительной» к «ограниченной» демократии // Латинская Америка. 1987. № 1. С. 19–30.
6. Долговые обязательства: http://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&hl=ru&dl=ru&met_y=debt_stock.
7. *Кособчук С. Н.* Современный этап финансовой зависимости // Латинская Америка. 1983. № 11. С. 61–75.
8. Краткосрочный долг: http://www.google.com/publicdata/explore?ds=d5bncppjof8f9_&hl=ru&dl=ru &met_y=dt_dod_dstc_zs.
9. *Куполо М.* Нефть и политика // Латинская Америка. 1997. № 1. С. 44–50.
10. *Ларассабаль Р.* Венесуэла: вопросы, выдвинутые национализацией // Латинская Америка. 1976. № 5. С. 114–121.
11. *Мархашов Ю. С.* Венесуэла. Экономико-географический очерк // Латинская Америка: Энциклопедический справочник. М., 1979. Т. 1. С. 395–399.
12. *Машбиц Я. Г.* Урбанизация и размещение производительных сил в Латинской Америке // Латинская Америка. 1975. № 6. С. 6–20.
13. Нефть и проблема преодоления деформации экономических структур // Латинская Америка. 1980. № 12. С. 95–110.
14. *Семенов В. Л.* Проблемы развития Венесуэлы // Латинская Америка. 2008. № 11. С. 32–39.
15. *Тесленко А. Ю.* Тенденции в развитии обрабатывающей промышленности Венесуэлы // Латинская Америка. 1981. № 5. С. 25–36.

ЭТНИЧНЫЯ ЖАРТЫ ЯК КРЫНІЦА ЭТНАЛАГІЧНАГА ДАСЛЕДАВАННЯ

А. А. Жвалеўская

Этналагічнае даследаванне часта патрабуе дадзеных, якія адлюстроўваюць не толькі фактычныя аспекты жыцця народа, але і яго ментальную складаючую. Тое, як этнасы ставяцца да розных сацыяльных, культурных, палітычных і іншых з’яў, вывучаецца не менш сур’ёзна, чым вонкавы бок гэтых з’яў. Таму фальклор наогул і гумар у прыватнасці з’яўляецца каштоўным матэрыялам для аналізу.

У фальклоры кожнага народа сустракаюцца этнічныя жарты, накіраваныя на высмейванне асоб пэўнага этнасу, дзе прадмет смеху надзяляецца асабліва недарэчнай рысай характару ці мадэллю паводзінаў. Гэтыя жарты носяць назву этнічных [5, с. 1]. На першы погляд можа стварыцца ўражанне, што менавіта такі гумар з’яўляецца найбольш прыдатным матэрыялам для вызначэння этнічных рыс. На думку даследчыка гумару Анатоля Дзмітрыева, «стэрэатыпы, прадстаўленыя ў этнічным гумары, больш адэкватна адлюстроўваюць рэчаіснасць з-за іх супрацьстаяння стэрэатыпам ідэалагічным, якія амаль заўсёды свядома скажаюць рэчаіснасць» [1, с. 309]. Але нават прымаючы такі пункт гледжання, трэба прызнаць, што пры больш пільным разглядзе становіцца відавочным, што пры аналізе этнічных жартаў трэба ўлічваць вялікую колькасць фактараў, перш чым вызначаць, што менавіта гэты гумар кажа нам пра той ці іншы этнас.

Агульнай характарыстыкай этнічных жартаў з’яўляецца тое, што часцей за ўсё адзін і той жа народ смяецца з розных этнасаў. Кожны з гэтых этнасаў мае ў гумарыстычных творах свае характэрныя для этнічных жартаў рысы, на аснове якіх і будуюцца гумарыстычны эфект.

Даследчыкі этнічнага гумару вылучылі пэўныя этнасы, якія з’яўляліся ці з’яўляюцца мішэнню этнічных жартаў. Напрыклад, Федэрыка Візані [8, с. 39–44] і Эміль Дрэйцэр [6, с. 17–18] вызначылі, з каго часцей за ўсё смяяліся ў СССР і ў постсавецкай Расіі; вышэйузгаданы Крысці Дэвіс зрабіў параўнаўчыя табліцы для вялікай колькасці этнасаў ва ўсім свеце [5, с. 11, 42, 52]. Такім чынам атрымалася вызначыць, што этнічныя жарты накіраваны не супраць любога этнаса; кожны народ смяецца з пэўных этнічных груп ці этнасаў, і для кожнага народа гэтыя этнасы ці этнічныя групы адрозніваюцца. Таму істотным з’яўляецца пытанне, чаму менавіта такія, а не іншыя этнасы робяцца прадметам жартаў, і што можна сказаць пра гэтыя этнасы, зыходзячы з таго, што яны фігуруюць у гумарыстычным фальклоры.

Цікавай думкай наконт таго, якія менавіта этнасы ці этнічныя групы робяцца аб'ектам жарту, з'яўляецца ідэя пра тое, што гэтыя этнасы ці этнічныя групы ў нечым падобныя да тых, хто з іх смяецца [5, с. 43]. Гэта даволі проста тлумачыцца тым, што людзі могуць смяцца толькі над тымі з'вамі і персанажамі, якія ім блізкія і зразумелыя. Абагульняючы гэта, можна сказаць, што людзі здольныя смяцца з іншага, толькі калі яны бачаць у ім адлюстраванне сябе, няхай і скажонае. Таму этнічныя жарты неабходна разглядаць з пазіцыі пэўнага пабабенства народаў, якія распавядаюць гэтыя жарты, і народаў, якія ў іх фігуруюць.

Разам з тым трэба зазначыць, што не любое пабабенства выклікае жарты. Для таго, каб прадстаўнікі этнаса ці этнічнай групы пачалі фігураваць у гумарыстычных творах, яны павінны быць у пэўным сэнсе падпарадкаваныя таму этнасу, які распавядае дадзеныя гумарыстычныя творы [5, с. 43]. Гэтае падпарадкаванне можа быць лінгвістычным, як напрыклад, у бельгійцаў, якія размаўляюць па-французску і, такім чынам, разглядаюцца як народ, які знаходзіцца ў культурнай залежнасці ад французцаў як галоўных носьбітаў дадзенай мовы.

Таму існаванне такіх жартаў можна часткова растлумачыць пашыранай сярод даследчыкаў гумара тэорыяй перавагі. Згодна з ёй, «асноўнай крыніцай смеха з'яўляецца пачуццё перавагі» [7, с. 56]. Смеючыся з іншых народаў, прадстаўнікі пэўнага этнаса адчуваюць сябе лепшымі за гэтыя народы.

Гэтае няроўнапраўнае стаўленне можа разглядацца і ў іншым ракурсе. Для таго, каб лепш зразумець яго, трэба вызначыць, за якія менавіта якасці высмейваюцца прадстаўнікі таго ці іншага народа. Акрамя таго, трэба ўлічваць, у якіх умовах і ў якіх грамадствах распавядаюцца тыя ці іншыя жарты. Напрыклад, у выпадку, калі пэўныя этнасы дэманструюць адсутнасць разумовых здольнасцяў, трэба ўважліва разгледзець, у чым менавіта праяўляецца гэтая адсутнасць. У адных выпадках гэта можа быць няздольнасць да самых простых сельскагаспадарчых прац і звязаных з імі заняткаў, як, напрыклад, у жартаў пра спораўцаў, зафіксаваных у XIX стагоддзі [3, с. 92], а ў іншых – няўменне авалодаць тэхнічнымі новаўвядзеннямі. Апошняе можна ўбачыць у вялікай колькасці сучасных этнічных жартаў: гэта могуць быць прадстаўнікі аграрных грамадстваў, недастаткова адукаваныя і недасведчаныя і ў цэлым больш прыхільныя да традыцый і да старога ладу жыцця, чым прадстаўнікі таго народа, які складае пра іх жарты [5, с. 83]. Такі ж самы аналіз можна прымяніць і да жартаў, дзе прадстаўнікі этнасаў паказваюцца хітрымі, хцівымі, баязлівымі і г.д.

Суадносна, этнічныя жарты даюць даследчыку магчымасць даведацца, якія якасці і ў якіх сваіх праявах запатрабаваныя ў тых

часавых і прасторавых каардынатах, у якіх існуюць гэтыя жарты. Дакладней, у жартах адлюстроўваюцца тыя запатрабаванні, якія высоўвае этнас-носьбіт дадзеных жартаў. У дачыненні да этнасаў, якія ўзгадваюцца ў жартах, этнічны гумар дае звесткі пра тое, наколькі гэтыя этнасы адпавядаюць гэтым запатрабаванням. Іншымі словамі, этнічны гумар не паказвае нейкіх абсалютных стандартаў: этнасы, якія высьмейваюцца ў жартах не з'яўляюцца па сваёй прыродзе неразумнымі, хітрымі ці хцівымі. Яны бачацца такімі толькі ў тых рамках, якія задаюць этнасы-стваральнікі дадзеных гумарыстычных твораў.

Для таго, каб атрымаць адказ на пытанне, чаму ствараюцца этнічныя жарты, трэба перш за ўсё вызначыць, якія адносіны існуюць паміж этнасам-носьбітам і этнасам-аб'ектам жартаў. Самай відавочнай падставай для ўжывання этнічных маркераў з'яўляецца неабходнасць падкрэсліць сваю этнічную прыналежнасць [2, с. 176]. Такая неабходнасць можа з'явіцца ў выніку спроб асіміляцыі з боку іншых этнасаў, траплення этнічнай групы (часцей за ўсё імігрантаў) ў асяроддзе, дзе дамінуе іншы этнас. У такіх умовах прадстаўнікі этнасу вымушаны абараняць свае своеасаблівыя рысы характару і ладу жыцця, у тым ліку і шляхам стварэння і распаўсюджвання этнічных жартаў, якія адмаўляюць тыя нормы, якія навязваюць «дамінуючыя» этнасы. Пры гэтым «дамінуючы» этнас не ў меншай ступені зацікаўлены ў тым, каб паказаць, што гэтыя адрозненні не адпавядаюць тым нормам, якія з'яўляюцца агульнапрынятымі, і зацвердзіць сваю этнічную ідэнтычнасць.

Разгляд культурнага кантэкста грамадства праз этнічныя жарты магчыма правесці і ў іншым ракурсе. Сам факт распаўсюджвання жартаў пра той ці іншы народ, ці агульны ўзровень папулярнасці этнічных жартаў у грамадстве могуць шмат сказаць пра яго членаў.

Перш за ўсё, неабходна ўлічваць тое, наколькі этнічны гумар распаўсюджаны ў межах пэўнага этнасу ў пэўны час. На думку Крысці Дэвіса «пад'ём у этнічнай свядомасці і зацвярджэнні этнічнасці... непазбежна суправаджаецца бумам этнічных жартаў» [5, с. 2]. Пакідаючы па-за ўвагай пытанне, што ў дадзеным выпадку з'яўляецца прычынай, а што следствам (бо гэтае пытанне немагчыма вырашыць адназначна), варта падкрэсліць існаванне дадзенай карэляцыі. Зафіксаваўшы ў нейкі прамежак часу вялікую колькасць этнічных жартаў, якія распаўсюджваюцца ў межах народа, можна з упэўненасцю казаць, што дадзены народ хвалюе этнічнае пытанне і звязаныя з ім праблемы.

Часам этнічны гумар можа быць створаны на сацыяльнай аснове. Напрыклад, у традыцыйным украінскім гумары XIX – пачатку XX стагоддзя шмат жартаў пра палякаў [4, с. 80–81], якія належылі да прывіліяванага саслоўя, у той час як стваральнікамі жартаў былі сяляне ці

мяшчане. У інших випадках динаміка роста ці спада папулярнасці твораў пра пэўны этнас кажа пра дынаміку ўзаемаадносінаў гэтага этнаса з этнасам-носьбітам жартаў. Пры гэтым варта памятаць, што дынаміка зменаў у этнічным гумары адпавядае ў большай ступені зменам у тым этнасе, які іх распавядае, а не ў тым, які робіцца іх прадметам.

З усяго гэтага можна зрабіць выснову пра тое, што этнічныя жарты могуць быць выкарыстаны для атрымання толькі адносных звестак пра тыя народы, якія ў іх фігуруюць. Перш за ўсё, гэта ўсведамленне таго, што гэтыя народы з'яўляюцца хоць і адрознымі, але ўва многім падобнымі да народаў, якія прыдумваюць і распавядаюць пра іх жарты, і што гэтае адрозненне і падабенства ўсведамляецца і тымі, і тымі. Па-другое, народы, якія фігуруюць у гумарыстычных творах, знаходзяцца ў няроўнапраўных адносінах з тымі, хто распаўсюджвае гэтыя творы. Нарэшце, самай важнай высновай пра гэтыя народы з'яўляецца тое, што яны не цалкам адпавядаюць тым нормам, якія прадстаўляе і дыктуе этнас-носьбіт жартаў. Іншымі словамі, этнічны гумар уяўляе сабой надзвычай іншасказальны тэкст, які трэба інтэрпрэтаваць і ўжываць з вялікай асцярожнасцю.

Літаратура

1. *Дмитриев А. В.* Смех: социофилософский анализ / А.В.Дмитриев, А.А.Сычев. М, 2005.
2. *Дмитриев А. В.* Социология политического юмора : Очерки. М., 1998.
3. *Ставрович Э.* Село Спорово // Виленский сборник. Вильна : издал В. Кулин, 1869. С. 88–98.
4. Україна сміється: сатира та гумор: в 3 т. / [Декада української літератури та мистецтва, Москва, 1960]. Т. 1: Народна сатира та гумор дожовтневого періоду / [упорядкували Ф. І. Лавров та І. П. Березовський; малюнки К. Г. Агніта і інш.]. 394 с., [14] л. іл.
5. *Davies C.* Ethnic humor around the world: a comparative analysis. – Bloomington&Indianapolis, 1990.
6. *Draitser E.* Taking penguins to the movies: ethnic humor in Russia. Wayne State University Press, 1998.
7. *Feinberg L.* The secret of humor. Amsterdam, 1978.
8. *Visani F.* La satira in Unione Sovietica, 1970–1990. Torino, 2004.

ИДЕОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ЗАКАРПАТЬЕ В 1939–1944 гг. В СВЕТЕ ТЕОРИИ ЭТНОСИМВОЛИЗМА Э. СМИТА

О. Г. Казак

Известный британский ученый, приверженец теории этносимволизма Э. Смит призывает «переместить фокус исследований от чисто внешних

политических, экономических или социобиологических факторов к культурным феноменам символов, воспоминаний, мифов, ценностей и традиций» [1, с. 60]. На его взгляд, «культура – это и межпоколенческая сокровищница, и наследие (или совокупность традиций), и деятельно формируемый набор значений и образов, воплощенных в ценностях, мифах и символах, которые служат объединению группы людей с общими переживаниями и воспоминаниями и отделению их от чужаков» [2, с. 341].

Период вхождения Закарпатья в состав Венгрии (март 1939 г. – октябрь 1944 г.) стал временем активных этнокультурных экспериментов в отношении коренного восточнославянского населения региона, называвшего себе русинами. Э. Смит выделяет две основные модели национального строительства – гражданско-территориальную, за реализацию которой отвечает государство и его бюрократический аппарат, и этнически-генеалогическую, осуществляемую за счет усилий интеллектуалов. Как отмечает ученый, данные модели всегда реализуются одновременно, но в разных пропорциях в каждом конкретном случае [3, с. 75–85]. Венгерские власти, с одной стороны, желали выработать у местного населения «надэтническое», гражданское национальное чувство. С другой стороны, интеллектуальные элиты Закарпатья традиционно в своей риторике преимущественное внимание уделяли вопросам культурного, духовного, цивилизационного выбора региона. В связи с этим официальная пропаганда учитывала данные факторы, пытаясь найти оптимальную формулу выработки лояльного отношения жителей региона к венгерским властям. Лейтмотивом статей СМИ региона стала констатация факта вхождения Закарпатья в состав Венгрии как величайшего события, благодаря которому «венгерская свято-стефанская идея объединится с русинским народным чувством» [4, с. 65–66]. Показательны в этом плане слова регентского комиссара Закарпатья М. Козмы. На первом торжественном заседании Подкарпатского Общества Наук (ПОН) он заявил: «Народ Закарпатья свою самостоятельную, независимую и народную культуру хочет строить в рамках венгерского государства, в рамках венгеро-русинского слияния». Регентский комиссар особо подчеркнул, что русинский народ своими силами, без помощи венгерского правительства не смог бы создать подобной организации [5, с. 181–182]. Таким образом, венгерские власти пытались выработать у местного населения преданность венгерским общегосударственным идеям. При этом государство не только не подавляло локальные культурные ценности русинов, но и позиционировало себя как защитник этих ценностей.

Э. Смит уделяет внимание процессам пропаганды среди членов этнического сообщества идеи «героического прошлого», которое, как кажется

идеологам, должно служить примером для нынешнего поколения [3, с. 99]. Особенный успех пропаганда идеи братства и родства, по мнению ученого, имеет в том случае, когда актуализируются воспоминания о совместном участии в войнах и восстаниях [3, с. 170]. Особую популярность приобрели трансильванский князь Ференц II Ракоци и его мать Илона Зрини – венгерские магнаты, участники антигабсбургских выступлений конца XVII – начала XVIII вв. В публицистике многократно обыгрывался тот факт, что Ференц II Ракоци в своих воспоминаниях называл русинских крестьян, участвовавших в выступлениях, «gens fidellissima» («наивернейшим племенем») [6, р. 114]. Появились материалы по истории венгерского восстания 1848–1849 гг. («Кошутова война»). Русины, участвовавшие в тех событиях, были названы героями [7]. Сообщения о данных событиях в разной степени соответствуют действительности. Что касается антигабсбургского восстания под руководством Ференца II Ракоци, то многие русины, ожесточенные насилиями со стороны австрийских войск, действительно приняли в нем активное участие [8, с. 55]. С другой стороны, венгерское революционное движение 1848–1849 гг. вынудило славянские народы Венгрии сделать ставку на австрийские власти. Так, А. Добрянский, известный как один из первых «русинских будителей», в 1848–1849 гг. занимал должность помощника гражданского комиссара при русском войске, участвовавшем в подавлении антиавстрийских выступлений [9, с. 148]. В памяти местных русофильски настроенных интеллектуалов события 1848–1849 гг. запечатлелись совсем не так, как хотелось бы венгерским идеологам и пропагандистам.

Идеи, свойственные официальной идеологической политике, получившей название «угро-русинизм», в межвоенный период имели крайне мало сторонников в Закарпатье. Поэтому разработчикам нового курса было необходимо показать альтернативные идеологические направления в крайне невыгодном свете. По мнению социолога Э. Гидденса, стереотип в отношении национального проекта, воспринимаемого как соперник и конкурент, наделяется такими качествами, как агрессивность и эгоизм, жестокость, хитрость, лицемерие. Чужаки, рассматриваются как «варвары», «дикари» неполноценные люди [10, с. 112]. Данный тезис как нельзя лучше характеризует идеологическую ситуацию в Закарпатье в 1939–1944 гг. Так, в целях подавления традиционно сильных в Закарпатье прорусских настроений, Г. Стрипский утверждал, что «русско-татарская» культура «восточной Москвы» из-за огромного расстояния от региона не может оказывать никакого влияния на ситуацию в Закарпатье [11]. И. Кондратович в заметке о действиях русских войск в Карпатах во время Первой мировой войны говорит об их жестокости и бесчеловечности по отношению к русинам, которых в одном из сел «изрубили на

куски» [12]. В свою очередь, жестокости австро-венгерского террора против русинского населения русофильской ориентации венгерская пропаганда, естественно, замалчивала.

Подверглись нападкам и представители украинофильского идеологического направления. Так, со страниц закарпатской прессы звучали крайне негативные оценки деятельности проукраински настроенного автономного кабинета А. Волошина (октябрь 1938 г. – март 1939 г.). Отмечалось, что участники украинского движения «разложились, как гнилое дерево в лесу», что местное население никогда не считало себя украинцами [13]. Публикации подобного рода не были единичны. Так, в статье от 16 июля 1939 г. короткий период существования Карпатской Украины сравнивается с «монгольским рабством на Руси». Отмечалось, что «русины с венграми – лучшие друзья», а «Украина с Волошиным отрезаны от тела русинского народа раз и навсегда». Анонимный автор публикации утверждал, что «Волошин и брехня – это одно и то же» [14]. Таким образом, первоочередной задачей последователей теории угрорусинизма была компрометация других, традиционно более сильных идеологических направлений в регионе.

Для исследования идеологических процессов важно следующее высказывание Э. Смита: «Использование этноистории всегда выборочно: важно не только помнить определенные вещи, но и забыть про некоторые» [3, с. 134]. Многие события, которые свидетельствовали о напряженных отношениях между венграми и русинами, в официальной прессе сознательно замалчивались. Примером таких событий могут служить три процесса в Марамарош-Сигете (1904 г., 1906 г., 1913–1914 гг.), где русины, перешедшие в православие в ответ на мадьяризаторское давление, были обвинены в «государственной измене» [15, с. 37]. Таким же образом официальной пропагандой игнорировались популярные в недавнем прошлом мифологемы украинофилов Закарпатья.

Короткий период пребывания Закарпатья в составе Венгрии не дает возможности с достаточной степенью точности определить, куда могла привести проводимая Будапештом идеологическая политика. Однако есть основания утверждать, что официальный курс таил опасность для самих его творцов. Радикальная пропаганда локальных духовных ценностей в Закарпатье взамен менее желательных для Венгрии «широких» русофильского и украинофильского проектов, а также отсутствие у местных интеллектуальных элит выраженных приверженностей к правовым, гражданским представлениям о нации, которые могли бы сгладить культурные и ментальные различия и противоречия между венграми и русинами, становились потенциальной основой для развития в будущем некоего сепаратистского движения. Истоки современной ситуации в Закарпатье следует искать в том числе и в событиях 1939–1944 гг.

Литература

1. *Сміт Е. Д.* Націоналізм: Теорія, ідеологія, історія / Пер. з англ. Р. Фещенко. Київ, 2004.
2. *Сміт Э. Д.* Национализм и модернизм: Критический обзор современных теорий национализма / Пер. с англ. А. Смирнова. М., 2006.
3. *Сміт Е. Д.* Національна ідентичність / Пер. з англ. П. Тарашука. Київ, 1994.
4. *Контратовичь И.* Свято-стефанска думка и gens fidellissima // Русинський дайджест 1939–1944. Ніредьгаза, 2008. С. 57–66.
5. Протоколь написанный въ Унгваре 26 януара 1941 года на закладаючомъ собраніи Подкарпатского Общества Наукъ // Зоря-Најнал. 1941. Число 1–2. С. 180–184.
6. *Magocsi P. R.* The Shaping of a National Identity. Subcarpathian Rus', 1848–1948. Cambridge (Mass.), 1978.
7. *Контратовичь И.* За веру и отечество // Нова неделя. 1939. 2. юлія. С. 3.
8. *Шевченко К. В.* Славянская Атлантида. Карпатская Русь и Русины в XIX – первой половине XX вв. М., 2010.
9. *Аристов Ф. Ф.* Карпато-русскіе писатели. Исследования по неизданнымъ источникамъ. М., 1916.
10. *Гидденс Э.* Социология / Пер. с англ.; науч. ред. В. А. Ядова; общ. ред. Л. С Гурьевой, Л. Н. Посилевич. М., 1999.
11. *Стрипский Г.* Заблуделым сынамъ Подкарпаття // Литературна неделя. 1941. 23 новембра. С. 14–22.
12. *Контратовичь И.* Кровава Пасха в Карпатах // Нова неделя. 1939. 9 апреля. С. 2.
13. Коротке мозаики // Нова неделя. 1939. 26 марта. С. 3.
14. Украинце плачуть... // Нова неделя. 1939. 16 юлія. С. 1–3.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. Казакова

Одной из важнейших современных тенденций развития мирового туристского рынка является все более усиливающаяся дифференциация туристской политики в региональном разрезе. Комплексный характер туристского спроса предъявляет особые требования к созданию конкурентоспособного сектора международных туристских услуг [3]. Следовательно, для создания конкурентоспособного туристического продукта белорусским туроператорам, специализирующимся на приеме, необходимы тщательные маркетинговые исследования структуры туристских потребностей иностранных посетителей с целью создания дифференцированного туристического продукта, рассчитанного на определенные целевые группы иностранных туристов и в полной мере соответствующего их требованиям. Исследования туристского спроса и мотиваций иностранной клиентуры необходимы для определения рынков сбыта туристического продукта Беларуси, выработки наиболее эффективных стратегий развития въездного туризма в стране.

На сегодняшний день, туристические прибытия в Беларусь носят разовый, неорганизованный и слабопрогнозируемый характер, в связи с чем возникает необходимость оптимизации целевой структуры въездного туризма республики. Специализированные субрынки экологического, охотничьего, этнического, познавательного и других видов въездного белорусского туризма находятся в стадии замедленного стихийного формирования и связаны с предоставлением ограниченного объема разрозненных услуг незначительному числу иностранных посетителей [1, с. 172].

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена отсутствием конкурентоспособного дифференцированного национального туристского продукта в стране, в результате чего динамичное развитие в соседних государствах (Украине, Польше, Литве, Латвии и др.) направлений въездного туризма, аналогичных экспортным приоритетам туристского комплекса Беларуси (агротуризм, экотуризм, познавательные, охотничьи туры и др.), лишает нашу страну возможности занять собственную рыночную нишу в мировой туристической индустрии.

Туристический продукт, предлагаемый отечественными туроператорами, недостаточно разнообразен по спектру предлагаемых услуг, не дифференцирован по целевой аудитории, а также не соответствует международному уровню сервиса. Программы белорусских туроператоров, рассчитанные на прием иностранных туристов, во многом дублируют друг друга с незначительными изменениями маршрутов или средств размещения.

Согласно данным официальной статистики, в силу факторов географической близости, общности исторического развития, тесных экономических и культурных связей, сходного уровня социально-экономического развития и стандартов туристского обслуживания, наиболее высокая степень потребления туристского продукта Беларуси характерна для стран-соседей, в особенности российского рынка. Для данной целевой группы, помимо усовершенствования традиционно востребованных услуг санаторно-курортного комплекса и экскурсионных программ, целесообразно создавать комбинированные туры, включающие разнообразную программу отдыха, с широким спектром дополнительных услуг, а также туры выходного дня.

Для западноевропейской туристической аудитории Беларусь привлекательна, прежде всего, развитием экологического, анимационного, охотничьего, фольклорно-этнографического, научного, экстремально-приключенческого туризма, караванинга.

В целях расширения экспорта туристских услуг республики и популяризации восточнославянского туристического направления на мировых рынках представляется целесообразной реализация проектов в об-

ласти приграничного и транзитного туризма совместно со странами-соседами в рамках международных программ.

Перспективными и востребованными направлениями развития въездного туризма Беларуси могут стать комбинированные зеленые и экомаршруты, туры истории природы, экстремально-приключенческие, фольклорно-этнографические туры, анимационные программы, экскурсионные туры, конный, промышленный туризм, караванинг. Интересным аспектом познавательного туризма для западноевропейского путешественника и ностальгического туризма для гостей из ближнего зарубежья может стать использование советского наследия страны в туристических целях.

Из альтернативных направлений развития национального туроперейтинга наибольшим потенциалом обладают охотничий, промышленный и медицинский виды туризма. Эти направления в Беларуси обладают значительным конкурентным преимуществом в сравнении со странами-соседами, а также располагают внутренними резервами, и при эффективном пиаре, государственной поддержке и создании соответствующей инфраструктуры смогут в будущем активно развиваться и приносить прибыль стране. Однако создание современного конкурентоспособного туристского комплекса Беларуси возможно лишь в случае перехода к инвестиционно-инновационной стадии развития туристского хозяйства [2, с. 28].

Основной же инструментальной базой для реализации стратегического развития въездного туризма в Беларуси может стать: изучение опыта зарубежных туроператоров, создание туристических кластеров в регионах, формирование туристического продукта на базе событийной составляющей, территориальный маркетинг и туристическое брендинг регионов, а также создание и продвижение соответствующего ожиданиям целевой клиентуры образа страны как туристического направления.

В целом, говоря о стратегиях развития въездного туризма в Беларуси, следует отметить, что сегодняшняя индустрия туризма – это индустрия развлечений, ориентированная, прежде всего, на создание привлекательных образов, положительных эмоций и ярких впечатлений. Для создания конкурентоспособного национального туристического продукта в условиях жесточайшей борьбы за внимание туриста, белорусские туроператоры должны формировать отвечающий требованиям современного путешественника продукт, интересный, нестандартный, рассчитанный на определенную целевую аудиторию, а государству, со своей стороны, следует обеспечить создание необходимой для комфортного пребывания туриста инфраструктуры, развлекательных объектов и т.д.

Таким образом, Беларусь, как и другие туристические направления, имеет равные шансы на успех в борьбе за туристский спрос, главное – это реалистичная оценка своего собственного туристического потенциала,

всестороннее изучение международного опыта, поиск и своевременное внедрение современных технологий, инновационный подход к развитию национального туроперейтинга, создание новой и модернизация существующей туристической инфраструктуры, повышение уровня сервиса, а также активное продвижение национального туристического продукта в средствах массовой информации и глобальной сети Интернет.

Литература

1. *Решетников Д. Г.* География туризма Республики Беларусь. Минск, 2011. С. 320.
2. *Решетников Д. Г.* Приоритетные направления туристской политики по оптимизации факторов конкурентоспособности туристского комплекса Беларуси // Белорусский журнал международного права и международных отношений. 2003. № 1. С. 28.
3. *Полецук Н. И.* Экономико-географические аспекты развития въездного туризма в Беларуси. Интернет-адрес: // <http://www.sgu.ru/files/nodes/9769/028.pdf>.
4. *Поп И. И.* Энциклопедия Подкарпатской Руси. Ужгород, 2001.

ВОБРАЗ БОЖАЙ МАЦІ Ў БЕЛАРУСКІХ НАРОДНЫХ ГРАВІЮРАХ

П. М. Карпека

Культ цудадзеяных вобразаў Божай Маці быў вельмі распаўсюджаны на Беларусі. Гэта праяўлялася ў такой з’яве, як фундатарства і апека магнатэрыі над пабудовай манастыроў і цэркваў на месцах цудоўных з’яўленняў (Завішаў у Лядах, Радзівілаў у Свержані, Копец у Купяцічах, Стэткевічаў у Куцейне і Баркалабаве і інш.), выданні кніг і літаратуры, прысвечанай цудоўным выявам Маці Божай (Т. Баравік, Я. Суша, Л. Кішка) і канешне распаўсюджванне выяваў праслаўленых вобразаў Божай Маці ў графіцы, жывапісу. Спіс можна працягнуць – у простым жыцці аб веры ў цудадзеяную моц выяваў Божай Маці сведчылі паломніцтва да праслаўленых цудамі месцаў і абразоў, шматлікія воты і падарункі абразам Божай Маці як падзяка за дапамогу, складанне песен і гімнаў да Божай Маці [5].

Маці Божая Вастрабрамская прадстаўляе паясную выяву Марыі, з апушчанай і схіленай трошкі ўправа галавой, скрыжаванымі на грудзях рукамі. Мяркуюць, што Божая Маці прадстаўлена ў позе беззаганнага зачацця. Адметнае шанаванне абраза пачалося ў канцы XVII – пач. XVIII ст. У кнігах пра цудатворныя абразы 1650–1687 гг. вастрабрамскі абраз яшчэ не называецца. Шырокую славу ён набыў у 1702 г. пасля паражэння шведаў, якія спрабавалі яго папсаваць. Уражанне на жыхароў горада зрабілі шматразовыя выратаванні абраза ў час пажараў Вільні 1706 г., 1748–1749 гг., 1754 г. Пра Вастрабрамскую Мадонну, як

абаронцу Вільні ў 1756 г. была надрукавана песня, тады ж уведзена ўрачыстае святкаванне Апекі Маці Божай [2, с. 392–393].

Не мог такі папулярны ў народзе вобраз застацца па-за ўвагай народных майстроў.

Прыкладам народнай інтэрпрэтацыі вобраза Божай Маці з’яўляецца народная гравюра Маці Божай Вастрабрамскай з калекцыі Беларускага музея ў Вільні (мал. 1). Вакол самой выявы Божай Маці – ілюстрацыі яе цудаў: выратаванне чалавека, выпаўшага з вакна будынка, уваліўшагася ў калодзеж, хворага, які вылічыўся праз Яе заступніцтва, выява жаўнера на кані (магчыма сімвал цуда пад час захопа Вільні шведамі і вызвалення горада праз дапамогу Вастрабрамскай Мадонны). У нізе – Вільня ў вогнішчы – як узгадка аб цудоўным выратаванні і самага абраза пад час пажару, і выратаванні Вільні праз заступніцтва Святой. Трэба звярнуць увагу на сімвалы і гербы гэтага дрэварыта. Унізе гэта герб Тышкевічаў [3, с. 18] і герб-арол. Такая сімволіка падкрэслівае значнасць абраза для зямель Беларусі, Літвы, Польшчы. А вось пад выявай Маці Боскай народны майстар намаляваў уклечаны народ. Пры тым па выглядзе гэта просты люд, нават сялянскі. І гэта не дзіўна. Пра цуды, звязаныя з абразамі Божай Маці беларусы чулі нярэдка дома, па цэрквах і касцёлах, праз спевы духоўных вершаў. Пра народнае шанаванне Вастрабрамскай Багародзіцы сведчыць наступны духоўны верш:



Мал. 1. Маці Божая Вастрабрамская. Народны каляровы дрэварыт

Полная есть чудесь твоихъ вся
вселенна,
Въ Острихъ Вратахъ града Вильно
Богоявленна!
Слепыхъ, хромыхъ и всехъ
больныхъ
Изцеляешь тамъ притомныхъ,
Прашу и мене!
Защищаешь отъ пожаровъ,
утоплєнїя,
Отъ смертнаго изъ высоты упаденїя
На всехъ войнахъ приключенныхъ
Хранишь своихъ возлюбленныхъ
Храни и мене! [4, с. 415]

Абраз Маці Божай Жыровіцкай – яшчэ адна з хрысціянскіх святых на Беларусі, якая ўшаноўваецца як цудатворная. Адлюстраванне Жыровіцкай Божай Маці ў выяўленчым мастацтве не рэдкасць. Яшчэ ў 1682 г. Лявонцій

Тарасевіч пад час працы ў Вільні зрабіў цудоўную гравюру Жыровіцкай Маці Божай з Пятром і Паўлам. Яшчэ адна гравюра Л. Тарасевіча была змешчана ў кнізе Я. Дрэўса «Methodus peregrinationis menstruae Mariana». Досьць падрабязная выява Маці Божай Жыровіцкай на гэтых гравюрах магла садзейнічаць таму, што творы Л. Тарасевіча сталі прататыпам і прыкладам для твораў графікі і жывапісу.

Народны малюнак з выявай Маці Божай Жыровіцкай цікавы тым, што напраму адлюстроўвае легенду пра паходжанне абразка Жыровіцкай Божай Маці (мал. 2).



Мал. 2. Маці Божая Жыровіцкая. народная гравюра па медзі. XVIII ст.

З'яўленне цудатворнага абразка адбылося наступным чынам: у 1470 г. пастухі Ал. Солтана заўважылі на дрэве незвычайнае святло (дата спорная, бо Ал. Солтан тады яшчэ не валодаў Жыровіцамі). Падыйшоўшы бліжэй, яны заўважылі на дзікай грушы ля крынічкі маленькую ікону Маці Божай, ад якой ззяла святло. Пастухі прынеслі ікону Солтану, але на наступны дзень яна прапала, і пастушкі зноў знайшлі яе на тым жа дрэве. Крануты цудам, Ал. Солтан пабудаваў на тым мейсцы драўляную царкву [1, с. 84].

У цэнтры народнай гравюры паказана дрэва з крупнай выявай цудоўнага абразка ўверсе паміж галін. Злева ад дрэва паказаны ўкленчаўшыся пастушок. У руке ён трымае посах, на заднім плане за ім выявы жывёлаў. Зправа пад дрэвам асоба ў плашчы, хутчэй за ўсё гэта сам землеўладар Ал. Солтан. Унізе надпіс: *Imago Beati sime Virginis Mariae Zyrovicensis*. Вакол кампазіцыі рамка з арнамантам вінаграднай лазы. Так, у творы народнай графіцы праявілася народная вера ў цудоўнае з'яўленне абразка Божай Маці. Можна меркаваць, што гэты твор адлюстроўвае вобраз Божай Маці, звязаны з народнай інтэрпрэтацыяй легенды аб Ёй.

У калекцыі К. Тышкевіча мелася гравюра з выявай яшчэ адной святыні – Маці Божай Барунскай, якая магла быць прыкладам для твораў народнай графікі [6]. Сам твор народнай графікі не захаваўся, але ў каталозе да Мінскай абласной выставы старажытнасцяў і цудоўных твораў, якая праходзіла ў 1917 г., узгадваецца пашкоджаны дрэварыт Маці Божай Барунскай. З апісання вядома, што карона і адзенне Божай

Маці былі расфарбаваны ў чырвоны колер [3, с. 15]. Трэба заўважыць, што гэтая народная гравюра, у адрозненні ад гравюры з калекцыі К. Тышкевіча і абраза народнага майстра з в. Корчыцы Брэсцкай вобласці, прадстаўляе каранаваны вобраз Маці Божай Барунскай.

Цудатворны абраз Маці Божай Кракаўскай у Вялікім княстве Літоўскім стаў вядомым пасля выхаду ў 1684 г. кнігі «Methodus peregrinationis menstruae Mariana» пра 12 чудатворных абразоў у храмах Рэчы Паспалітай, напісанай прафесарам Янам Дрэўсам, з гравюрамі Лявонція Тарасевіча.

Захаваўся народны дрэварыт «Маці Божая кармелітаў на Пяску», працы майстра П. Комара (сяр. XVIII ст.) Гравюра выканана ў вохрыстакарычневай каляровай гаме. Кампазіцыя гравюра падзелена на дзве не прапарцыянальныя часткі. У ніжняй, меншай, часцы кампазіцыі – краявід мястэчка Кракаў, з выявай касцёла кармелітаў на Пяску па цэнтры. У цэнтры большай часцы гравюры – Маці Божая з маладзёнцам Езусам на левай руцэ. Асабліва ўражваюць упрыгожаныя кароны на галавах Маці і дзіцятка. Прычым, у адрозненні ад гравюры Л. Тарасевіча, карону мае не толькі Божая Маці, але і Езус. На шыях Маладзёнца і Маці падвескі. Асабліва сцю гэтага народнага малюнка з’яўляецца расліны арнамент фона. Таксама незвычайны фон мае абраз Маці Божай Кракаўскай з в. Ст. Дзявяткавічы Слонімскага раёну. На ім Панна Марыя прадстаўлена сярод жоўта-вохрыстых аблокаў, што адлюстроўвае адносіны да Яе вобразу, як да хараства ўзвышанага, незямнога. У народным успрыманні вобраз Божай Маці як Царыцы Нябеснай не рэдкасць. Падцверджанне таму – духоўныя вершы, дзе да Божай Маці звярталіся, як да ўладаркі неба [4, с. 412, 415].

Разгледжаныя прыклады беларускіх народных гравюраў сведчаць аб папулярнасці вобраза Багамацеры ў народным выяўленчым мастацтве. Народныя гравяры, а часам і жывапісцы, выкарыстоўвалі кніжныя гравюры для сваіх твораў, але ніколі не капіравалі поўнасцю, бо падсвядома ці наўмысана прапускаралі вобраз праз прызму сваіх уяўленняў і пачуццяў. Гэта праявілася ў кампазіцыі народнай гравюры, якая можа ўключаць такія элементы, як адлюстраванні цудаў, мясцовасці і пейзажу, звязаных з Маці Божай, што паказваюць кампазіцыі дрэварытаў Маці Божай Вастрабрамскай, Маці Божай Кракаўскай. Трансфармацыі падвяргаліся і вобразы Божай Маці ў звязаных з імі легендах і паданнях, прыкладам чаго служыць народная гравюра Маці Божай Жыровіцкай.

Літаратура

1. *Ар-т Николай*. О Жировицкой чудотворной иконе Божией Матери и о Жировицкой обители // Литовские епархиальные ведомости. 1863 г. №3. С. 83–100.

2. Вялікае Княства Літоўскае. Энцыклапедыя: у 2 т. / Беларуская Энцыклапедыя імя П.Броўкі. Мн., 2005–2010. Т. 1: Абаленскі – Кадэнцыя. 2005.
3. Каталог Минской областной выставки древностей и изящных изделий / Сост. А. Иппель. Мн., без года.
4. *Шейн П. В.* Белорусские народные песни, с относящимися к ним обрядами, обычаями и суевериями, с приложением объяснительного словаря и грамматических примечаний. СПб, 1874.
5. *Chomik P.* Wpływ kultu ikon na postawy religijne społeczeństwa Wielkiego Księstwa Litewskiego w XVI–XVIII wieku // *Chrześcijańskie dziedzictwo duchowe narodów słowiańskich*, pod red. Z. Abramowicz. Białystok, 2003. S. 341–359.
6. *Tyszkiewicz, K.* Pomniki rytownictwa krajowego. Oddział 1. Odciski z blach mniejszych, znajdujących się w bibliotece łohojskiej Konstantego hrabi Tyszkiewicza / [Электронны рэсурс]. Интернет-адрес: <http://www.polona.pl/dlibra/doccontent2?id=2604&from=editionindex&dirids>.

ОСНОВНЫЕ СИСТЕМЫ УЧЕТА И ФИКСАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

М. Р. Котенёв

Развитие систем учёта и фиксации населения и подобных им систем на территории Беларуси свидетельствует о том, что в разные периоды истории нашей страны такие системы выполняли схожие функции, но использовались в разных целях, что сказывалось на правовом, социальном, экономическом и иных положениях населения. Особую актуальность данная тема приобретает в ракурсе формирования единого информационного пространства и информатизации, т.к. наша страна делает первые шаги в этой сфере и многие вопросы ещё не урегулированы на законодательном уровне, недостаточно развиты информационные отношения, техническая база функционирует в ограниченном режиме и другие. Всё это сказывается на развитии и функционировании систем учёта населения, а соответственно на возможности реализации своих законных прав и интересов и их защиту.

В рамках исследования были выявлены и дана характеристика основным системам учёта и фиксации населения на территории Республики Беларусь. Такими системами учёта являются:

1. Паспортная система;
2. Система регистрации населения;
3. Регистр населения.

Существует и функционирует много других важных систем учёта населения, но все другие системы выполняют какую-то специфическую, характерную для их сферы, функцию, а не конкретно учёта. Функции же вышеуказанных систем – именно учёт населения, сбор персональных данных о населении, фиксация его по месту жительства и пребывания.

Именно эти системы обеспечивают населению гарантию обладания, реализации и защиты своих прав и законных интересов (подтверждение гражданства, удостоверение личности, подтверждение дее- и правоспособности, основание права проживания в определённом месте и другие). Также именно данные системы учёта населения используются (планируется использовать) в качестве базовых, центральных, основных:

- которые являются основными источниками персональных данных для других систем учёта;
- которые используются для достижения определённых целей и задач различными ведомствами и организациями;
- вокруг которых выстраивается вся остальная взаимосвязанная сеть различных систем учёта и единое информационное пространство.

С 1991 года такие системы учёта населения как паспортная система и регистрация сделали качественный рывок в своём развитии. Особенно контрастно это заметно в сравнении с состоянием данных систем в БССР.

Паспортная система в Республике Беларусь используется для легитимации, т.е. удостоверения личности владельца. Данный аспект очень важен в вопросе признания государством гражданина, человека полноценным членом общества со своими индивидуальными способностями и особенностями, имеющего свои права и обязанности, а не являющегося просто «винтиком» какого-то механизма и системы, как это было в СССР, даже несмотря на демократизацию различных общественных отношений в конце 80-ых. Т.е, кроме развития потенциала паспортной системы для государства (вопросы укрепления обороноспособности, государственной безопасности, борьбы с преступностью, обеспечения общественной безопасности при определенных условиях, решение экономических задач, обеспечение фискальных интересов государства), происходит и развитие потенциала для общества (в первую очередь, паспортная система подтверждает наличие особой связи человека и государства, свидетельство наделения его соответствующим комплексом прав, признание его индивидуальности).

Регистрация населения, тесно связанная с паспортной системой и совершенствуясь параллельно, сделала также значительный шаг в своём развитии. Важной вехой стало издание Указа Президента Республики Беларусь от 7 сентября 2007 года № 413 «О совершенствовании системы учета граждан по месту жительства и месту пребывания». В данном Указе написано, что в целях обеспечения необходимых условий для реализации гражданами своих прав на свободу передвижения и выбор места жительства, предусмотренных статьей 30 Конституции Республики Беларусь упраздняет систему прописки [1] – ту систему прописки, которая на протяжении более 70 лет значительно ограничивала право на свободу

передвижения. Также на современном этапе истории нашей страны регистрация населения стала значительно демократичнее: за нарушение правил и порядка регистрации предусмотрены незначительные административные наказания (а не уголовные, как было в СССР); сроки в которые необходимо сделать регистрацию стали значительно больше. Все это сказывается на условиях экономической свободы. Вот почему для нашей политико-правовой системы имела огромное значение замена прописки регистрационным учетом населения.

Однако, несмотря на эти позитивные моменты, все-таки остаются и определенные проблемы. Т.к. данные системы учета «курирует» Министерство внутренних дел, то остается актуальным вопрос о контроле за деятельностью данного ведомства со стороны соответствующих государственных структур, за тем, чтобы данные органы действовали в пределах своей компетенции, не злоупотребляли служебным положением.

Ещё одной и значительной вехой в развитии систем учета стало создание регистра населения. На создание регистра населения нацелила в свое время Директива Президента Республики Беларусь от 27 декабря 2006 года №2 «О мерах по дальнейшей де бюрократизации государственного аппарата». Логическим продолжением начатой работы стало принятие закона Республики Беларусь от 21 июля 2008 года №418-З «О регистре населения», который определил правила учета граждан Республики Беларусь, иностранцев и лиц без гражданства, постоянно проживающих в республике.

Закон касается всех граждан и нужен обществу, прежде всего, для совершенствования управленческой деятельности, решения социально-экономических задач. Цель регистра – защита прав и свобод физических лиц и формирование единого информационного пространства страны [2].

Регистр – это информационная система, ядром которой является государственный банк данных о физических лицах (персональные данные) [2]. Это позволит вести оперативный учет и предоставление данных, получить достоверную картину процессов, происходящих в обществе. Кроме этого, регистр поможет повысить качество предоставляемых гражданам информационных услуг, максимально сократить сроки выдачи документов, начисления пенсий, регистрации актов гражданского состояния, граждан по месту жительства и т.д.

Планируется, что регистр должен быть создан к августу 2013 года, когда в него внесут основные персональные данные граждан. Дополнительные сведения будут вноситься с 2014 года до 2018 года, а далее – постоянно [2].

Но есть ряд моментов, которые оставляют открытыми определенные вопросы.

К примеру, представление персональных данных из регистра организациям, нотариусом должна осуществляться по письменному или электронному запросу и (или) договору о регулярном представлении персональных данных из регистра, заключенным в соответствии с гражданским законодательством. Но с одной стороны, сделки по гражданскому законодательству носят платный характер, с другого – закон прямо содержит норму о бесплатном характере предоставления информации из регистра.

Также, кажется, что целевое назначение персональных данных из регистра уже определены целями и задачами регистра, но законодатель дает отдельный список целей. Среди этих целей есть как конкретные, так и менее конкретные. А есть совсем расплывчатые и непонятные, которые позволяют практически неограниченное расширенное объяснение – «о деятельности организаций, нотариусов в пределах их компетенций». Но наибольшую обеспокоенность вызывает пункт «в других целях в соответствии с законодательством». Данный пункт затрагивает конституционные права граждан и некоторые исследователи считают, что данная формулировка не должна содержаться в законе.

Также выделяют такие недостатки закона, как неопределённость требований к работе с персональными данными, полученными из регистра, в организациях-получателях. Решением этой проблемы видят в принятии соответствующих локальных актов, которые бы учитывали и требования закона Республики Беларусь «Об информации, информатизации и защите информации» [3].

Поэтому многие вопросы остаются открытыми и ожидают своего более подробного изучения.

В итоге можно сказать, что:

1. В нашей стране основными системами учета являются паспортная система, регистрация населения, регистр населения.
2. За временной промежуток с 1991 года данные системы прошли значительное развитие, как в правовом, так и техническом ракурсе, стали более направлены на гарантию, реализацию и защиту законных прав и интересов.
3. Данная тема требует дальнейшего более подробного изучения для совершенствования функционирования данных систем учета населения.

Литература

1. Указ Президента Республики Беларусь от 7 сентября 2007 г. № 413 «О совершенствовании системы учёта граждан по месту жительства и месту пребывания».
2. Закон Республики Беларусь от 21 июля 2008 года №418-3 «О регистре населения».
3. Назаранка А. М. Правовое регуляванне выкарыстання інфармацыі аб грамадзянах (у святле закона Рэспублікі Беларусь «Аб рэгістры насельніцтва») // Матэрыялы VII навучна-практычнай канферэнцыі. Мінск, 2010.

ЧАКАНКА, ФАЛЬШАВАННЕ І ГРАШОВЫ АБАРОТ ПЕРШАГА МЕДНАГА СОЛІДА Ў ВЯЛІКІМ КНЯСТВЕ ЛІТОЎСКІМ

Р. І. Крыцук

Барацінкі – першыя медныя манеты Вялікага Княства Літоўскага, якія масава чаканіліся ў 60-я гг. XVII ст. у Берасці, Вільне, Аліве, Уяздаве, Мальбарке і Коўне. Манеты выраблялі з медзі, наміналам ў 1 солід і вагой каля 1,3 грама, на аверсе змяшчалася выява Яна Казіміра Вазы, на рэверсе “Пагоня”, ці Арол Пястаў [6, с. 257]. Агульная колькасць адчаканеных манет складае не менш 1,5 мld. штук, ад 20 да 50 % якіх зьяўляюцца падробкамі [6, с. 135–145; 7; 8, с. 241–242]. Большасць бібліяграфічных аспектаў чаканкі барацінак паспяхова разгледжана ў працах В.Н. Рабцэвіча, Д. Гулецкага, У.І. Какарэка, Р. Равякі, І. Сінчука, Я. Іванаўкаса, В.В. Нечытайла, Ц. Вольскага [1; 2; 4; 5; 6; 8; 9; 10]. Матэрыяльныя аспекты (знаходкі скарбаў і адзінкавых манет) з-за сваёй спецыфікі не даступны для большасці нумізматаў. З-за гэтага асноўным накірункам працы зьяўляецца ўвод у навуковы абарот новых дадзеных пра знаходкі скарбаў барацінак на тэрыторыі Беларусі. Скарб ў нумізматыцы з’яўляецца важнай крыніцай ведаў – як закрыты комплекс ён паддаецца вельмі вузкай даціроўцы, утрымлівае вялікую колькасць разнастайных наміналаў.

1. АПІСАННЕ САКТЫ З ПАД ЖОДЗІНА

Саква (ў Вялікім Княстве Літоўскім – назва кашеля-каліты) была знойдзена паміж Жодзіна і Барысавам, на лясном шляху ў перыяд з 2006 па 2010 гг. Згодна апісанню знаходчыка ён ўяўляў сабой скураны кашэль, які рассыпаўся ў пыл – ў якасці аксельбантаў на матузах выкарыстаны 2 маскоўскія сагнутыя капейкі. На дадзены момант акрамя іх вядома 19 манет: 15 барацінак (ў вельмі дрэнным стане), 4 білонавых манеты (яны доўгі час знаходзіліся ў абароце) [Табл. 1]. Гледзячы на склад скарбу, ён быў страчаны пасля “Патопу” ці на прыканцы яго – паўтаракі і траяк Жыгімонта Вазы маюць сляды доўгага абарачэння – скарб страціў збяднелы чалавек, хутчэй за ўсё сялянін. Цікава тое, што расейскія “лускі”-капейкі, ня гледзячы на высокую, больш за 900 пробу [3, с. 51], выкарыстоўваліся ў якасці упрыгожванняў – гэта падцьверджае той факт што ў грашовым абароце яны насельніцтвам як паўнаправныя і паўнаwartасныя грошы не ўспрымаліся.

Апісанне Жодзінскага скарба

Парадкавы нумар	Намінал, Дата	Краіна чаканкі, манетны двор	Вага	кіраўнік краіны/іншыя адзнакі
001	Капейка	Маскоўскае княства ?	0,52 г	выкарыстоўвалася ў якасці аксельбанту, захаваўся кавалак скуру, бачна але нечытабельна месца чаканкі(ПС?)
002	Капейка	Маскоўскае княства ?	0,5 г	выкарыстоўвалася ў якасці аксельбанту, зах. кавалак скуру
003	Паўтара гроша 162(?) год	Рэч Паспалітая	0,64 г	Жыгімонт 3 Ваза герб Сас
004	Траяк 162(2?) год	Рэч Паспалітая	1,18 г	Жыгімонт 3 Ваза ўверсе “Сноп” Ўнізе “Сас”
005	Паўтара гроша 1624 год	Рэч Паспалітая	0,94 г	Жыгімонт 3 Ваза герб Сас
006	Грош 1624 год	Рэч Паспалітая(Кракаў?)	0,75 г	Жыгімонт 3 Ваза Надпіс (на рэверсе): SIG. IIDG. REX. POL. MDL (на аверсе): GROSS- REG. .POLO. 1624
007	Барацінка	-	0,87 г	-
008	Барацінка	Польскі Арол	0,8 г	-
009	Барацінка	Пагоня	0,68 г	-
010	Барацінка	Пагоня	0,78г	TLB, НКРЛ
011	Барацінка	Польскі Арол	0,89г	-
012	Барацінка	Польскі Арол, 1664 г	1,04 г	-
013	Барацінка	Польскі Арол	1.26 г	-
014	Барацінка	Пагоня	0,71 г	НКРЛ
015	Барацінка	Польскі Арол 1663? год	0,57г	-
016	Барацінка	Пагоня	0,68 г	-
017	Барацінка	Пагоня	1,02 г	-
018	Барацінка	-	0,94 г	-
019	Барацінка	Польскі Арол 1661? год	0,71г	-
020	Барацінка	Пагоня	0,77 г	НКРЛ
021	Барацінка	Пагоня	0,58 г	НКРЛ

2. АПІСАННЕ САКВЫ З ПАД ВОЛПЫ

Саква была знойдзена побач з Волпай ў 2012 г. 3 118 манет – 117 барацінкі, з іх 8 падробак, 11 манет з-за дрэннага стану не атрыбутаваны,

31 манета належыць да Кароны Польскай, 67 – ВКЛ. З агульнай колькасці манет датаваных – 54 (Польшча – 17, ВКЛ 37), не датаваных – 63 манеты [Табл. 2]. Цікавай з’яўляецца факт знаходкі медзянога галандскага дзьюіта Кампэна 1665 г. Дзьюіт – мелкая медзяная манета, вагой 1,52 г. На рэверсе мае легенду CAMPEN 1665 (назва горада, ў якім чаканілся), на аверсе выява трохвежавага, двухпавярховага замка, з акрышцем даху, аналагічным Мірскаму замку, праглядаецца дахоўка. У варотах замка стаіць нахілены тарк з выявай герба. Манета пакрыта малахітавай пацінай, пад якой ў некаторых месцах выступае медзь, штэмпель рэверса змешчаны ў ніз, адносна штэмпеля аверса. Акрамя дзьюіта скарб утрымлівае 8 падробак – манеты № 109, 110, 111, 114, 115, 116, 117, 118. Аналіз падробак барацінак высветліў, што барацінкі падробкі вырабляліся чаканкай (малатком ці вальцавальным станком), побач з вельмі прымітыўнымі падробкамі сустракаюцца і вельмі якасныя падробкі.

Табліца 2

Апісанне Волпскага скарба

Прыналежнасць(герб)	Ініцыялы арандатара	Знак адказнага за выпуск	Год	Колькасць	
Вялікае Княства Літоўскае	TLB	Корвін	1660	-	
			1661	3	
			неатрыбутаваны	-	
		НКРЛ (Крышпін)	1664	3	
			1665	8	
			1666	14	
	GFN	Венява	1663	3	
			Галава Аленья (Крышпін)	1665	1
			1666	2	
			неатрыбутаваны	12	
Карона Польская	TLB	Слепаўрон	1660	2	
			1661	1	
			1664	4	
		1665	2		
		1663	3		
		1666	1		
	неатрыбутаваны	18			

Літаратура

1. Гулецькі Дз. У. Манеты беларускай даўніны. Мінск., 2007.
2. Зваріч В. Шуст Р. Нумізматіка. Довіднік. Львів., 1998.
3. Мельнікова А. С. Булат и злато. М. 1990.
4. Нечитайло В. В. Каталог монет України періоду козаччини XV–XVIII ст. Київ., 2011.

5. *Oguy O.* Фальшування монет-домніц на сучавській монетарні у XVII ст. // *Psucie pieniądza w Europie Środkowo-Wschodniej od antyku po czasy współczesne*. Białorus, Litwa, Łotwa, Polska, Słowacja, Ukraina. Materiały z VII Międzynarodowej Naukowej Konferencji Numizmatycznej. Warszawa, 2006. S. 152–162.
6. *Рябцэвіч В. Н.* Нумизматика Беларусі. Мінск., 1995.
7. *Синчук И.* «Шеляжные» монетные дворы ВКЛ и медные солиды Яна Казимира в кладах // *Mennice między Bałtykiem a Morzem Czarnym – Wspólnota dziejów: materialy z III Międzynarodowej Konferencji Numizmatycznej*. Warszawa, 1998. S. 168–176.
8. *Ivanauskas E., Douchis R. J.* Coins of lithuania 1386-1707. Vilnius., 1999.
9. *Wolski C.* Przewodnik po szelągach jana kazimierza wazy z lat 1659–1666 dla początkujących, podstawowe typy i odmiany. Lublin., 2012.
10. *Филиппов К., Куклик Б.* Медные шеляги полевого гетмана Винцентия Гонсевского, великого подскарбия литовского // *Банкаўскі веснік*. Люты 2006. С. 73–74.

ОТРАЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ КОНЦЕПЦИИ ОРГАНИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ В РАБОТАХ ФРЭНКА ЛЛОЙДА РАЙТА

В. Е. Левицкая

Современная архитектура возникла относительно недавно: в конце XIX– начале XX века. В этот период происходит постепенный отход от академизма, формируются новые архитектурные школы. Также рубеж XIX–XX вв. характеризуется большим количеством талантливых молодых архитекторов, заложивших фундамент для дальнейшего развития современной архитектуры.

Одним из них был Фрэнк Ллойд Райт (1869–1959 гг.) – американский архитектор, творивший в первой половине XX века. За 70 лет своего творческого пути он внес большой вклад в развитие как американской, так и мировой архитектуры.

Ф.Л. Райт был архитектором-новатором, архитектором-модернистом, не принимавший такие популярные в то время стили как неоклассицизм и эклектизм. В альтернативу им Райт создает свое главное детище- концепцию органической архитектуры.

По мнению Райта, основной задачей органической архитектуры является создание таких зданий, форма которых вытекала бы из их назначения и конкретных условий среды, подобно форме естественных организмов.

«Форма и функция едины» – утверждал Ф. Ллойд Райт [4, с. 12]. Это главный принцип, который был положен в концепцию органической архитектуры.

Эту концепцию можно назвать сводом правил, согласно которым строил Райт. Состоит она из 9 пунктов, касающихся как фасада здания, так и его внутреннего пространства.

Согласно Райту подвал и чердак дома должны быть убраны, так как их присутствие нарушает микроклимат дома. При строительстве необходимо связывать здание с окружающим пространством посредством большого количества элементов параллельных земле. Предпочтительней при строительстве не комбинировать материалы, не применять украшений, не вытекающих из его фактуры. Системы отопления, водоснабжения и освещения необходимо совмещать так, чтобы они стали частью здания, а также выполняли дизайнерские задачи.

Что касается внутреннего пространства здания, Райт выступал за «уничтожение коробки» – количество отдельных комнат сокращено, стены исполняют роль ширмы, двери заменяются широкими проемами. Внутреннее пространство связано с окружающим ландшафтом с помощью обширной площади остекления, наличия террас и балконов.

Принципы Райта в большей или меньшей степени отражены в его произведениях, и чтобы понять, как они осуществились на практике, рассмотрим некоторые его работы.

«ДОМА ПРЕРИЙ»

Первыми постройками Ф.Л. Райта, которые многие ученые относят к органичной архитектуре, являются так называемые «Дома прерий». Эти сооружения представляли собой загородные дома-особняки, а также общественные здания, которые Райт проектировал в период с 1893 по 1909 гг.

На примере «домов прерий» можно проследить, как развивалась органическая архитектура. Первым таким сооружением, которое многие ученые относят к органической архитектуре, является жилой дом Чарли (1891 г.). Здесь еще остается традиционность в планировке, однако Райт делает первые шаги на пути к органичности: фасад здания уравновешенный и строгий, лишен всяких украшений; внутренне пространство в некоторых случаях сообщается не дверями, а широкими проемами. Нововведением стало создание столовой Г-образной формы, которая после станет распространенной на



Рис. 1. Здание компании «Ларкин», 1904

Западе. Но в целом здание еще замкнутое, внутреннее пространство еще никак не связано с окружающим ландшафтом.

К периоду «домов прерий» относится дом Уилитс (1902 г.). Он является типичным примером этого периода строительства. Дом Уилитс стоит на бетонной плите, заменяющей фундамент, имеет крестообразный план с камином в центре (как в традиционных американских жилищах), внутреннее пространство, связанное с внешним большой площадью остекления. Крыша пологая, с большим выносом карнизов, защищающих окна от солнца и дождя. Стены оштукатурены или отделаны деревом, которое по японской традиции не покрашено, а покрыто подцветочным лаком.

Примером общественного здания, относящегося к периоду «домов прерий», является здание управления компании Ларкин (1904 г.) (Рис. 1). Это сооружение имело простой и аккуратный фасад, что придавало ему сходство с вышерассмотренными «домами прерий». Снаружи оно не было примечательным, но организация внутреннего пространства была просто удивительна. Внутри здание представляло собой огромный, во всю высоту здания зал, по периметру которого проходили галереи, на которых находились рабочие места. Здесь, следуя одному из своих принципов, Райт «разрушает коробку» [2, с. 21].

Последним из «домов прерий» является дом инженера Фредерика Роби (1909 г.) (Рис. 2). Это произведение Райта было не без новшеств. Изменения проявились в организации внутреннего пространства. Главные помещения архитектор разместил на втором этаже и решены они были как единое пространство с камином в центре. Интерьер помещения плавно «перетекал» на балконы, создавая ощущения непрерывности внутреннего пространства. Этот дом не был похож на традиционные загородные дома начала XIX века. Современники называли его кораблем прерий [1, с. 17].



Рис. 2. Дом Роби, 1909 г.

«ОТЕЛЬ ИМПЕРИАЛ»

В 1916 году Райт был приглашен в Японию для строительства отеля [2, с. 46]. Здание бы-

ло большим и сложным в плане. Оно было не высоким, имело фасад схожий с фасадом поздних «домов прерий», однако с отпечатком традиционной японской архитектуры. В центральной части сооружения находились помещения общего пользования, а в боковых крыльях размещены номера. Все здание отеля было окружено двориками с бассейнами, террасами, зеленью и скульптурами.

«ДОМ НАД ВОДОПАДОМ»

Самым узнаваемым произведением Фрэнка Ллойда Райта является вилла «Фаллингуотер» (1936 г.) (Рис. 3). Она является настоящим идеалом концепции органической архитектуры.

Необычное место породило необычное здание. Вилла находится на склоне глубокого гористого оврага, и в основании ее лежит скала, возвышающаяся над небольшим водопадом [1, с. 21].

Здание состоит из большого количества горизонтальных железобетонных плит, выступающих в разных направлениях и на разных уровнях. Таким образом помещения имеют с одной стороны каменные, а с другой- стеклянные стены. Дом связан с окружающим ландшафтом и представляет с ним одно целое.

Внутреннее пространство организовано в соответствии с концепцией органической архитектуры: оно открытое, не разделено стенами, прекрасно освещенное, связанное с внешним пространством. Потолки невысокие, соответствуют пропорциям человеческого тела, а также подчеркивают протяженность комнаты по горизонтали.

В «Доме над водопадом» были отражены практически все принципы органической архитектуры. Само место строительства помогло создать его таким.



Рис. 3. «Дом над водопадом», 1936 г.

БАШНЯ-ЛАБОРАТОРИЯ ФИРМЫ ДЖОНСОН

Знаменитым произведением Райта является здание лаборатории фирмы Джонсон (1939 г.). Сооружение представляет собой пятнадцатипятиэтажную башню высотой 47,6

метров [3, с. 93]. В этой работе «органичность» Райта приняла немного не привычную форму. В основе появляется идея отождествления здания с деревом. «Стволом» этого дерева является сердечник, состоящий из шести шахт: одна для лифта, вторая для лестницы, третья для коммуникации и разводки кондиционирования воздуха, четвертая для канализации и две вентиляционные. «Ветвями» являются попеременно круглые и прямо-угольные в плане блоки, отходящие от сердечника.

МУЗЕЙ СОЛОМОНА ГУГГЕНХАЙМА

Проект музея Соломона Гуггенхайма в Нью-Йорке был предложен Райтом в 1943 году. Строительство же этого музея было завершено в 1959 году, когда Соломона Гуггенхайма и Ф.Л. Райта уже не было в живых (Рис. 4).

Это произведение стоит особняком в числе прочих работ Райта. Здание напоминает своим видом крепость, демонстрирующую враждебность к своему окружению [2, с. 107].

В основе проекта музея также, как и в случае с башней-лабораторией фирмы Джонсон, лежит идея: Райт придал зданию природную форму – форму улитки. Внешне здание музея напоминает перевернутую пирамидальную башню, а внутреннее пространство выглядит как огромная спираль. Вдоль этой спирали тянется картинная галерея длиной 1200 метров. Посетители поднимаются на самый верх спирали и спускаются по ней вниз, осматривая экспозицию. Венчает спираль стеклянный купол, дающий рассеянный свет.



Рис. 4. Музей Соломона Гуггенхайма, 1959 г.

НЕБОСКРЕБ ИЛЛИНОЙС (НЕРЕАЛИЗОВАННЫЙ ПРОЕКТ)

Последней работой Райта, которую хотелось бы рассмотреть, является нереализованный проект небоскреба «Иллинойс» (1958 г.).

Характеристики этого здания просто поразительны. «Иллинойс»- это 528-этажный небоскреб высотой в милю. Полезная площадь сооружения: 1200 м². Вместимость 130 тысяч человек [2, с. 116].

Внешне сооружение должно был представлять собой огромную трехгранную иглу. Основу здания должна была составлять обетонированная стальная мачта, заглубленная до скального грунта, в котором она защемлена. На эту мачту нанизаны пустотелые блоки, армированные высокопрочной сталью и выполненные из легкого бетона. Здесь, как и в случае с башней-лабораторией фирмы Джонсон, здание отождествляется с деревом. Наружные ограждения состоят из стекла и металла.

Смысл этого сооружения заключается в том, чтобы освободить обширные площади земли с сохранением ее природных условий. Даже здесь, вроде бы далеко от всего органического здания, присутствует стремление Райта к «дружбе» с природой.

Рассмотрев вышеописанные сооружения можно сделать вывод, что концепция органической архитектуры наиболее ярко отразилась в период строительства «домов прерий». «Дома прерий» наиболее близки к теоретическому идеалу, созданному Райтом. С течением времени, начиная строить общественные здания, Райт отходит от некоторых положений своей концепции, так как они не соответствовали изменившимся условиям. На смену им приходит задумка архитектора придать своим произведениям природную форму, будь то ракушка, дерево, или что-либо другое.

Райт любил добавлять при строительстве что-либо новое в каждое свое сооружение, но он оставался верен концепции органической архитектуры и использовал ее если не во внешнем облике здания, то в организации внутреннего пространства.

Литература

1. *Анисимова И. И.* Уникальные дома от Райта до Гери. М., 2009.
2. *Гольдштейн А. Ф.* Франк Ллойд Райт-М., 1973.
3. *Иконников А. В.* Архитектура США. Проблемы искусства и архитектуры. М., 1979.
4. *Райт Ф. Л.* Будущее архитектуры. М., 1960.

ХРАМ ЭСАГИЛА В ИСТОЧНИКАХ СТАРОВАВИЛОНСКОГО ПЕРИОДА (2003–1595 гг. до н.э)

И. Ю. Лопушанский

Храм Эсагила, о котором пойдет речь в данной статье, – это храм бога Мардука в городе Вавилоне¹. Название данного храма, как и подавляющего большинства других месопотамских храмов, шумероязычное, оно может переводиться как «храм – поднятая голова» [1, с. 20]. Обычные варианты написания названия храма: e₂-saĝ-il₂, e₂-saĝ-gil₂, e₂-sa-an-gi-il₂, e₂-sa₆-an-gil [1, с. 20]. Все написания, кроме первого, являются фонетическими [1, с. 20]. Мотив «поднятой головы» достаточно типичен, он появляется впервые в надписи энси Лагаша Гудеа и указывает, во-первых, на физическую высоту храма, во-вторых, на его избранность, «возвышенность» [2, с. 294–295]. Вместе в тем возможно, что название «Эсагила» использовалось лишь в ритуальной практике как церемониальное название, тогда как повседневным именем храма было bīt Marduk, «дом Мардука» [3, с. 3]. Отметим также существование эзотерических названий и подобных же написаний [2, с. 295].

Насколько можно судить о внешнем виде храма по результатам археологических раскопок, в I тыс. до н. э. Эсагила была выстроена в «величественном северномесопотамском стиле», которому также следуют храмы в Борсиппе и Сиппаре [1, с. 15]. Храм размещался в культовом районе Вавилона, носящем название Эриду, севернее Эсагила размещался зиккурат Мардука Этеменанки, с которым Эсагила создавала в некотором смысле единую систему, поскольку оба храма были посвящены Мардуку [1, с. 19]. Кроме того, вокруг храма размещалось 12 меньших святилищ [1, с. 19]. В то же время внешний вид храма времен I тыс. до н.э. нельзя считать адекватным виду храма ранних периодов в связи с частыми перестройками и разрушениями [3, с. 139]. Насколько можно сегодня судить, в старовавилонский период с района Эсагила началось расширение Вавилона, то есть это был самый центр города («Старый Город» по терминологии Э. Джорджа) [2, с. 18].

Хронологически первым типом источников Старовавилонского периода, касающихся Эсагила, являются датировочные формулы царей аморейской династии. Они представляют собой короткие шумероязычные записи, которые прописывались в конце документов для указания даты составления [4, с. 128–129]. Первое упоминание Эсагила в привычной нам форме засвидетельствовано в датировочной формуле десятого года третьего вавилонского царя Сабиума (1844–1831 гг.), далее

¹ Существовали также храмы с таким же или подобным названием в других городах Месопотамии, см. [3, с. 140]

храм регулярно появляется в формулах начиная с правления Хаммурапи [3, с. 139]. В целом можно выделить несколько направлений царской деятельности в отношении Эсагилы:

- Обновительные или строительные работы [5, Sabium 10];
- Установление культовых предметов:
 - Статуй царя (статуя в образе судьи [5, Hammu-rabi 22], в позе молитвы [5, Samsu-iluna 6a], в образе героя [5, Abi-eszuh B], на троне [5, Ammi-ditana 5], в позе молитвы со скипетром и жертвой в руках [5, Ammi-ditana 7], в виде «сильного юноши» [5, Ammi-ditana 14a, 14b, 14c], перед богом Набу [5, Samsu-ditana 17]);
 - Статуй богов (статуя Мардука [5, Samsu-ditana 12]);
 - Иных («золотые боги-защитники» [5, Samsu-iluna 6]).
- Жертвоприношения (в основном культовое оружие для Мардука [5, Samsu-iluna 7, Samsu-ditana 6], также «серебряная плита» для богини Царпанитум [5, Samsu-ditana 6, 14]).

Таким образом, в датировочных формулах в основном нашла отражение специфическая царская культовая деятельность, кроме того, они указывают на существование в Эсагиле старовавилонского периода святилищ не только Мардука, но и членов его семьи: богини Царпанитум и бога Набу.

Некоторые сведения о положении Эсагилы в жизни Старовавилонского царства дает крайне важный источник месопотамской истории – «Законы Хаммурапи», созданные в конце правления шестого царя Аморецкой династии [6, с. 71].

В прологе к «Законам» идет описание державы Хаммурапи, которое сводится к перечислению благодеяний, оказанным царем в отношении городов и храмов, идущих в своеобразных связках. Первой такой связкой оказывается Ниппур и храм Энлиля Экур, второй – Эриду и Эабзу, храм бога Эа [6, с. 77]. Вавилон и Эсагил стоят на третьем месте, при чем сказано, что Хаммурапи «свои дни служил Эсагиле» [6, с. 77]. Возможно, такой порядок перечисления имеет иерархический характер: так, Ниппур и Экур традиционно считались сакральным центром Месопотамии [1, с. 17], Эриду и Эабзу со временем будут синкретизированны с Вавилоном и Эсагилом для «легитимизации» господства Вавилона путем его привязки к древнейшему шумерскому городу, который к тому же первым получил царственность [1, с. 18]. Настоящие же Вавилон и Эсагил стоят чуть дальше первичных религиозных центров, что и иллюстрирует их место в общей религиозно-культурной структуре того времени: с одной стороны, ниже традиционных центров, с другой – среди первичных основ царства.

В эпилоге «Законов» речь в том числе идет о цели установления стелы (от имени царя Хаммурапи): «чтобы сильный не притеснял слабого, что оказать справедливость сироте и вдове, чтобы в Вавилоне...и в Эсагиле – храме, основа которого установлена прочно, будто небо и земля, – судить суд страны...я начертил свои драгоценные слова на своем памятнике и установил их перед своим, царя справедливости, изображением» [6, с. 133–134]. Слова о том, что в Эсагиле совершается "суд страны", подкрепленные сведениями о статуи царя-судьи в целле, указывают на существование сторонней функции Эсагила, а именно на отправление правосудия в этом храме. Что насчет возможности отправления правосудия жрецами, то, насколько можно судить по документам храма Эббар, во времена Хаммурапи происходит так называемая «секуляризация», то есть передача судебных функций от храмовых к царским судьям [7, с. 120]. Однако понятно, что до Хаммурапи практика жреческого суда существовала [7, с. 117].

Что касается собственно юридической части “Законов Хаммурапи”, к Эсагиле в ней могут иметь отношение параграфы, касающиеся положения одной категории жриц – *nadītum*. Насколько можно судить, в некотором смысле эти жрицы были независимы от храмовой структуры, так называемые «монастыри», в которых они жили, функционировали как автономные учреждения, вместе с тем образуя единое пространство с храмами [7, с. 117]. Параграф 182 «Законов» специально выделяет из общей совокупности жриц категорию «*nadīt Marduk ša Bābilim*», «надитум Мардука Вавилонского». Жрицы Мардука имели некоторые привилегии в вопросах наследства по отношению к другим жрицам [6, с. 118]. Помимо этого, о надитум Мардука сказано, что они «не должны нести повинности» [6, с. 118]. То, что эти надитум были связаны с Эсагилей, подтверждают слова «*Marduk ša Bābilim*», призванные, скорее всего, отличить жриц Эсагилы от надитум храма Эзида в Борсиппе, который также был посвящен Мардуку в старовавилонский период.

Третьим источником, упоминающим Эсагилу, следует назвать лексический список Proto-Kagal, созданный и получивший наибольшее распространение в старовавилонском Ниппуре [8, с. 64]. Наиболее полная версия списка одноязычна и разбита на три секции. Первая из них дополнительно разделена на четыре подсекции, последняя из которых может быть названа храмовой [8, с. 63]. Proto-Kagal был основан на так называемом акрографическом принципе с некоторыми элементами «теологического» упорядочения, то есть группировки храмов согласно их божественным хозяевам, в храмовой подсекции [3, с. 3]. Эсагила упоминается в небольшой «секции Мардука» и является 225 объектом списка [8, с. 73]. Предполагается, что списки использовались для обучения писцов,

для запоминання ими напісання того или иного аб'екта, чтобы при неабходимости они могли использовать его в своей работе [9, с. 206–208]. Неабходимость запоминання назваання Эсагила указываает на возможность его использования в ежедневной писцовой деятельности, на возможность существования иных документов старовавилонского периода, касающихся храма, которые просто до нас не дошли или еще не найдены.

Литература

1. *Бартош В.* Появление бога Мардука, его города Вавилона и храма Эсагила // Лістападаўскія сустрэчы-8, Мн., 2011. С. 14–26.
2. *George A. R.* Babylonian Topographical Texts. Leuven, 1992.
3. *George A. R.* House Most High. The Temples of Ancient Mesopotamia. Winona Lake, Indiana, 1993.
4. *Horsnell M.* The Year-Names of the First Dynasty of Babylon. V. I. McMaster University Press, 1999.
5. Mesopotamian Year Names. Neo-Sumerian and Old Babylonian Date Formulae. Prepared by Marcel Sigrist and Peter Damerow // Цит. по: <http://cdli.ucla.edu/tools/yearnames/yearnames.htm>.
6. *Roth M. T.* Law Collections from Mesopotamia and Asia Minor. Atlanta, 1997.
7. *Harris R.* On the Process of Secularization under Hammurabi / Harris. R. – Journal of Cuneiform Studies Vol. 15, No. 4 (1961). P. 117–120.
8. Materials for Sumerian Lexicon XIII. Izi = *išātu*, Ká-gal = *abullu* and Níg-ga = *makkūru*. Roma, 1971.
9. *Veldhuis N.* A Late Old Babylonian Proto-Kagal/Nigga Text and the Nature of the Acrographic Lexical Series // *Acta Sumerologica* 20 С. 201–216.

УРАДАВАЯ ПАЛІТЫКА ПА АДНОСІНАХ ДА ЗЕМЛЕЎЛАСНІКАЎ-КАТАЛІКОЎ У 1860-1870-ых гг.

А. Р. Лудзіч

Паражэнне паўстання 1863–1864 гг. прывяло да пагаршэння становішча ў паўночна-заходніх губернях: было ўведзена ваеннае палажэнне, Мінская, Вітебская і Магілёўская губерні далучаны да Віленскага генерал-губернатарства, асноўныя законы – надзвычайныя цыркуляры і распаражэнні, паўсюдна дзейнічалі ваенна-палявыя суды і следчыя камісіі [5, с. 31].

Так як расійскі ўрад палічыў польскіх памешчыкаў як галоўных дзяечаў паўстання, то рэпрэсіраванымі, сталі менавіта яны. Па прыгаворах ваенна-палявых судаў было выслана з краю 1764 памешчыкаў-каталікоў (без шляхты) і ксяндзоў, якія склалі 67% ад агульнай колькасці высланных [7, с. 49]. Найбольшыя страты панеслі памешчыкі “польскага паходжання” Гродзенскай губерні, дзе з 1863 па 1867 г. іх колькасць пменшылася ў тры разы.

Далейшая палітыка мясцовых улад была накіравана на паслабленне палітычнага ўплыву мясцовых землеўласнікаў. Былі скасаваны дваранскія сходы; мясцовых прадвадзіцеляў дваранства замянілі на царскіх стаўленнікаў, якія нават не мелі зямельнай маёмасці ў краі. На маёнткі землеўласнікаў-каталікоў быў уведзены т. зв. кантыбуцыйны збор роўны 10 % даходаў. Таксама шырока злоўжываліся мясцовай адміністрацыяй шматлікія нерэгламентаваныя штрафы, маёмасць асуджаных канфіскавалася.

Каб гарантаваць бяспеку пры правядзенні аграрнай рэформы 1861 г., расійскія ўлады вырашылі выдаць з мясцовага апарату кіравання “неблаганадзейныя элементы”, у дадзеным выпадку памешчыкаў-каталікоў. Звальняючы міравых пасрэднікаў “польскага паходжання” і чыноўнікаў-палякаў, самадзяржаўе спадзявалася пазбавіць іх магчымасці паўплываць на ход сялянскай рэформы.

Віленскі генерал-губернатар М.М. Мураўёў у адносінах да польскага дваранства прытрымліваўся двух асноўных прыцыпаў: “ніякага прымірэння з палякамі” і “паляка неабходна караць рублём і трымаць у страху”. [3, с. 54] Цыркуляр Мураўёва забараніў памешчыкам-каталікам адыходзіць ад сваіх месцаў пражывання, збірацца па некалькі чалавек без згоды мясцовых улад, забаронена карыстацца польскай мовай і сімваламі у грамадскіх месцах і афіцыйных дакументах [3, с. 97].

З рук землеўласнікаў-каталікоў былі канфіскаваны маёнткі, ўласнікі якіх прынялі ўдзел у паўстанні. Па дадзеным генерал-губернатара М. М. Мураўёва ў перыяд 1864–1866 гг. у пяці заходніх губернях у казну было канфіскавана 256 маёнткаў. Канфіскаваныя маёнткі планавалася прадаць на публічных таргах. Аляксандрам II 10 снежня 1865 г. быў зацверджаны новы закон, па якому “асобам польскага паходжання” забаранялася набываць новыя землі ў Паўночна-Заходнім краі, ўсім высланым прапанавалася на працягу двух гадоў прадаць або абмяняць маёнткі па коштах, якія задавальнялі іх саміх. [4, № 16295] Калі гэтага не будзе зроблена, то маёнткі падлягалі продажу на публічных таргах.

Палажэнне 10 снежня 1865 г. з’яўлялася асноўным законам, накіраваным супраць каталіцкага памешчыцкага землевалодання ў Паўночна-заходнім краі. Самадзяржаўе, абапіраючыся на гэтае палажэнне, імкнулася ў бліжэйшыя гады скараціць польскае землевалоданне за кошт абавязковага продажу маёнткаў высланых, а ў будучым планавалася перашкаджаць росту зямельнай плошчы, якая знаходзілася ў іх маёмасці.

Рост народніцкага руху ў 1860-ых гг., сялянскі выступленні прывялі да перагляду адносін “асоб польскага паходжання” з самадзяржаўем. яны бачылі гарантыю зберагчы свае прывелегіі і панаванне ў непахіснасці самадзяржаўя. Таму і відавочна зацікаўленаць двух бакоў

у супрацоўніцтве. Магілёўскі губернатар дакладваў у 1866 г.: “Большасць дваранства польскага паходжання асуджаюць падзеі паўстання 1863–1864 гг... яны разачараваны ў барацьбе за незалежнасць Польшчы” [5, с. 61].

Лібералізацыя ўрадавага курса ў дачыненні да іх праглядваецца ў пазіцыі міністра ўнутраных спраў П. А. Валуга. Міністр паказаў на адсутнасць падстаў да недаверу каталікам: “Што палітыка неапраўданага абмежавання і рэпрэсій, накіраваная на ўсё польскае дваранства, адштурховае магчымых саюзнікаў, бянтэжыць усё каталіцкае насельніцтва і павялічвае колькасць незадаволеных” [1].

Палітыка самадзяржаўя змяніла курс і была накіравана на пошук польскіх памешчыкаў, якія былі гатовы супрацоўнічаць з царызмам. Новы віленскі генерал-губернатар А. Л. Патапаў крытыкаваў палітыку М. М. Мураўёва і прапанаваў у 1865 г. наступную пазіцыю: “Благанадзейным польскім памешчыкам ўрад павінен аказаць заступніцтва і падтрымку, як і рускім дваранам, вызваляючы край ад небяспечных для самадзяржаўя “элементаў”. А польскае дваранства будзе апорай ўрада і прасоўваць яго ідэі ў народ...” [1].

Памешчыкам “польскага паходжання” мясцовая адміністрацыя пайшла на наступныя саступкі: у 1869 г. у Магілёўскай і Віцебскай губерніі, у 1870 – у Мінскай было адменена ваеннае палажэнне, якое перашкаджала паспяховаму вядзенню гаспадаркі, мясцовыя ўлады вызвалілі “надзейных палякаў” ад кантрыбуцыйных збораў [5, с. 79].

Так як палажэнне ад 10 снежня 1865 г. забараняла “польскім элементам” купляць і браць маёнткі ў арэнду, з’яўлялася перашкодай у супрацоўніцтве землеўласнікаў-каталікоў і расійскіх улад. Тады самі мясцовыя улады парушалі закон і дазвалялі куплю і арэнду зямлі.

Былі палегчаны прыгаворы многім асуджаным памешчыкам за ўдзел у паўстанні. У 1867 г. спынены ўсе няскочаныя справы па ўдзельнікам паўстання, высланым паўстанцам дазвалялася вярнуцца, але толькі ў Царства Польскае [1]. Ваенна-палявыя суды былі скасаваны, а віленскі генерал-губернатар А. Л. Патапаў асабіста вызваліў каля 1500 падозраных асоб з ліку памешчыкаў-каталікоў [2].

Важнай палітычнай саступкай была замена прадвадзіцелей дваранства назначаных губернатарам, на мясцовых памешчыкаў. Стаўшы на чале дваранскіх сходаў памешчыкі “польскага паходжання” прадстаўлялі і абаранялі інтарэсы. Праз “сваіх” прадвадзіцелей дваранства, якія “прымалі ўдзелу кіраванні дзяржавай”, яны мелі магчымасць уплываць на ўрад і яго палітыку.

Віленскі генерал-губернатар А. Л. Патапаў адзначае: “Прадвадзіцелі дваранства польскага паходжання і каталіцкага веравызнання не толькі не паказалі ніводных падстаў з нашага боку прэтэнзій або сумневаў у іх

адданаці самадзяржаўю, але і былі адзначаны дзяржаўнымі ўзнагародамі. Таму дазваляю кіраўнікам мясцовых органаў улады па правілу выключэння прызначаць на пасады надзейных у палітычным плане польскіх землеўласнікаў”[5, с. 81]. У выніку, больш паловы ўсіх павятовых прададзіцелей дваранства былі католікамі, прытым перавага аддавалася з ліку найбольш заможных і ўплывовых [6, с. 48].

Толькі ў адной пазіцыі царызм не жадаў саступаць эліце польскай грамадскасці – гэта кіраванне ў земствах, якія планавалася стварыць згодна з Земскай рэформай 1864 г. бо ўсімі справамі ў гэтых установах займаліся б памешчыкі-каталікі, валодаўшыя ўстаноўленым адукацыйным і маёмасным цэнзам. Пагэтану і ўрад прыняў рашэнне не ўводзіць земствы ў заходніх губернях і не аднаўляць працу дваранскіх сходаў і т.д.

Такім чынам, расля разгрому паўстання 1863–1864 гг. палітыка расійскіх уладаў адыйшла ад курсу дзяржаўнай асіміляцыі польскай грамадскасці і ўніфікацыю Паўночна-Заходняга краю да спробы поўнай дэпаланізацыі і імкнення забяспечыць поўнае дамінаванне т. зв. “рускага элемента” у палітычным і нацыянальна-культурным жыцці. У першую чаргу гэты наступ быў накіраваны на найбольш актыўную і небяспечную для самадзяржаўя частку насельніцтва краю – землеўласнікаў-каталікоў.

Аднак самадзяржаўю проста не хапіла неабходнага патэнцыялу для вырашэння “польскай праблемы”. Тлумачацца няўдачы расійскага ўраду іх непаслядоўнасцю і хістаннем: за паліцэйска-бюракратычнымі рэпрэсіямі ці “мураўёўскім падыходам” наступала хваля лібералізму і супрацоўніцтва. Прычыны, па якіх самадзяржаўе ішло на супрацоўніцтва з “асобамі польскага паходжання”, тлумачацца неабходнасцю пошуку падтрымкі збоку мясцовага насельніцтва, змяншэнні колькасці апазіцыйных настрояў.

Літаратура

1. Виленский вестник. 1868, №10.
2. Виленский вестник. 1870. №26.
3. *Петров К. В.* Материалы о графе М. Н. Муравьеве-Виленском. Редкол. Е. В. Никонорова, И. П. Донскова, Л. Н. Тихонова. Румянцевские чтения: материалы международной конференции (5–7 апреля 2005). М., 2005. С. 54.
4. Полное собрание законов Российской империи. 2 собр. Т. 40. № 16295.
5. *Самбук С. М.* Политика царизма в Белоруссии во второй половине XIX века. Мн., 1980.
6. *Jurkowski R.* Ziemiaństwo polskie kresów Północno-wschodnich 1864–1904. Warszawa, 2001.
7. *Ustrzycki M.* Ziemiaństwo Polscy na Kresach 1864–1914. Warszawa, 2003. S. 480.

8. *Wapinski R.* Miejsce ziem wschodnich Rzeczypospolitej przedrozbiorowej w polskiej świadomości politycznej lat 1864–1918. S. 49.

«МИНСКИЕ ГУБЕРНСКИЕ ВЕДОМОСТИ» В ПЕРИОД ВОССТАНИЯ 1863–1864 гг.

Е. Г. Луферчик

«Губернским ведомостям» принадлежит особая роль в процессе формирования легальной периодической печати не только в Минской губернии, но и во всей Российской империи. Благодаря их изданию, начатому еще в 1838 г., был заложен фундамент для развития системы белорусской журналистики. Газета способствовала становлению и развитию провинциальной интеллигенции, аккумулировала ее творческий потенциал, не только отражала, но и формировала общественное мнение.

10 января 1863 г. [1] в Варшаве началось восстание, получившее название Январского. В этот день польский Центральный национальный комитет опубликовал воззвание, в котором призывал население к оружию и объявлял «всех сынов Польши без различия веры, племени, происхождения и сословия» свободными и равноправными гражданами [2]. В течение десяти дней Литовский провинциальный комитет издал свои манифесты, в которых соглашался с программными документами Центрального комитета и призывал население западных губерний поддерживать восстание [3]. Восстание охватило территории Царства Польского, литовско-белорусских и украинских губерний Российской империи.

Цель статьи – проанализировать содержание «Минских губернских ведомостей» в период восстания 1863–1864 гг., определить их роль в информировании населения губернии и формировании общественного мнения, выявить функции, которые выполняла газета в процессе сдерживания и подавления восстания в регионе. Для достижения цели было изучено 102 из 104 номеров газеты за 1863–1864 гг., хранящиеся в библиотечном зале Национального исторического архива Беларуси. В подшивке газет отсутствуют № 25 от 21 июня 1863 г. и № 37 от 11 сентября 1864 г., а №№ 27, 28 и 45 за 1864 г. представлены без неофициальной части второго отдела.

В качестве объекта исследования нас интересовали любые публикации (сообщения о «высочайших постановлениях», правительственные указы, объявления и извещения губернского правления, «всеподданнейшие письма», публицистические статьи, местная кор-респонденция, «перепечатки» и пр.), в которых тем или иным образом затрагивалась проблематика восстания 1863–1864 гг. Число таких публикаций в рассматриваемый период составило около ста.

Для выявления связи между опубликованным на страницах «Минских губернских ведомостей» материалом о восстании 1863–1864 гг. и событиями самого восстания, была составлена диаграмма соотношения количества публикаций и частоты событий (см.: Рисунок). Географические рамки восстания в исследовании ограничены территорией Виленского генерал-губернаторства, поскольку Минская губерния в 1862–1870 гг. входила в его состав [4]. Так как газета издавалась еженедельно по пятницам, минимальной временной категорией анализа была выбрана неделя, включавшая дни с пятницы по четверг. Соответственно, все события восстания на территории Виленского генерал-губернаторства также были сгруппированы по неделям (с пятницы по четверг). Сведения о событиях восстания на территории Виленского генерал-губернаторства взяты из интерактивной карты «Канстанцін Каліноўскі і паўстанне 1863–1864 гадоў», созданной инициативой «Беларуская Нацыянальная Памяць» [5].



Рис. Соотношение количества материала о восстании 1863–1864 гг. на страницах «Минских губернских ведомостей» и частоты событий восстания в Виленском генерал-губернаторстве (1863 г.)

Данные, представленные на рисунке, свидетельствует, что публикации, затрагивавшие различные стороны восстания, появлялись на страницах газеты во время или сразу после периодов наибольшей активизации деятельности повстанческих отрядов. Так, например, начало восстания и первые вооруженные столкновения сопровождалось постоянным присутствием «повстанческой проблематики» на страницах газеты во второй половине января – первой половине февраля, а рост вооруженных конфликтов с середины апреля до конца мая, их всплеск до десяти боев за неделю в июне, спровоцировали «присутствие восстания» в газете во второй половине мая – середине июня и в июле 1863 г. Таким образом, можно сделать аргументированный вывод о том, что газета дей-

ствительно являлась инструментом реакции губернского начальства на события восстания и формирования общественного мнения.

Страницы «Минских губернских ведомостей» с первых дней восстания использовались официальными властями для информирования общественности о принимаемых мероприятиях для подавления «мятежа», предотвращения массового участия населения в нем и демонстрации последствий «мятежнических действий». «По случаю возникших [...] в Царстве Польском беспорядков, угрожающих сопредельным с оным губерниям» уже в № 4 от 25 января 1863 г. был опубликован рескрипт императора Александра II на имя Виленского генерал-губернатора В.И. Назимова. Монарх «временно облакал» В.И. Назимова особой властью: придавать военному суду и приводить приговоры без их конфирмации в отношении зачинщиков беспорядков или «предводителей мятежнических шаек», создавать чрезвычайные комиссии по рассмотрению дел и определению степени виновности лиц, «взятых с оружием в руках, избличенных в содействии мятежникам». Этими же полномочиями наделялись военные генерал-губернаторы, а где их не было, начальники дивизий.

Местные власти использовали «Минские губернские ведомости» для оперативного информирования населения губернии, в первую очередь дворянства, о принятых ими решениях, а также вводимых ограничениях или запретах. Для предотвращения возможной поддержки «мятежа» со стороны участников восстания 1830–1831 гг. в № 5 за 1863 г. был опубликован специальный указ. Он предусматривал освобождение от конфискации имений и капиталов бывших участников восстания 1830–1831 гг. «Начальники» губернии неоднократно обращались со страниц «Минских губернских ведомостей» к населению, требуя «верности данной государю императору клятве», исполнения «верноподданнического долга», «сопротивления злонамеренным проискам мятежников», «охранения общественного порядка». Обращаясь к крестьянам, В.И. Назимов напоминал им о дарованной императором отмене крепостного права. Он подчеркивал, что содействие крестьян в поимке «злоумышленников» будет способствовать скорейшему открытию поверочной комиссией и облегчению их доли (1863, № 8). Дворянству и помещикам запрещалось отлучаться из своих имений без особого разрешения властей, проводить какого-либо рода собрания и съезды, какие бы цели они не преследовали (1863, № 5). Домовладельцам и держателям постоянных дворов предписывалось сообщать в милицию о появлении «бродяг», «подозрительных лицах и нарушителях общественного порядка», одевавшихся «преимущественно в польские национальные костюмы, в шапки, называемые конфедератками, и пояса с металлическими пряжками» (1863,

№ 6). Сельским обществам следовало удерживать проживавших на их земле шляхту, однодворцев, разночинцев, а также помещичью прислугу и «дворовую челядь» от участия в «мятеже» или содействия ему (1863, №№ 6, 28). За нарушение предписаний грозили лишения званий и словесных достоинств, расквартирование военных частей в домах нарушителей, наказания в соответствии с военным полевым уставом, административные взыскания. На имения участников «мятежа» налагались секвестры (1863, № 19). Газета также оперативно сообщала о введении военного положения в Слуцке, Пинске, Новогрудке, Мозыре и их уездах (1863, №№ 10, 12), а затем и во всей Минской губернии (1863, № 22).

С апреля 1863 г. в «Минских губернских ведомостях» печатались письма императору Александру II от имени различных групп населения в выражении «верноподданнических чувств». Эти письма, как правило, перепечатывались из газет «Северная почта» или «Голос». Из обывателей Минской губернии на страницах газеты свои чувства императору выразили дворяне (1863, № 41), еврейское общество и жители Бобруйска (1863, № 20). Уже в октябре 1863 г. на страницах «Минских губернских ведомостей» вместо самих писем публиковались сообщения о «высочайшей благодарности» императора за выражение ему «верноподданнических чувств». Такой благодарности удостоились, например, дворяне Минской губернии, чиновники Слуцкого уезда, еврейские общества Мозырского, Несвижского, Игуменского, Слуцкого, Борисовского и Бобруйского уездов, а также Минска, Пинска и Новогрудка, жители Речицы, Несвижа и Петрикова, татары Смилович, крестьяне некоторых волостей Новогрудского, Слуцкого и Борисовского уездов (1863, №№ 42, 47, 48, 50; 1864, №№ 3, 5, 18, 23, 51). Именно еврейское население губернии наиболее активно проявило себя в выражении «верноподданнических чувств». Как сообщала «перепечатка» из «Санкт-Петербургских губернских ведомостей», литовские евреи не имели с поляками других связей, кроме коммерческих, и не питали к ним симпатию. Евреи в регионе «инстинктивно чувствуют своего недоброжелателя, от которого нужно держаться подальше». Евреям было легче ужиться с русскими, потому что они «народ простей» и «не политикуют» (1863, № 20).

Более чем в тридцати номерах газеты содержались объявления о вынесенных губернским руководством решениях по делам участников восстания. Первое такое объявление появилось в № 21 от 24 мая 1863 г. на русском и польском языках. Оно сообщало о расстреле ксендза Вивиорского костела Лидского уезда Р. Земацкого и дворянина этого же уезда А. Лесковича. Анализируя содержание подобных объявлений, можно прийти к выводу, что основными формами наказания были: расстрел и повешение (для организаторов повстанческих отрядов и их активных

участников), ссылка на каторжные работы на рудники и заводы, ссылка в Тобольскую или Томскую губернии на жительство, разжалование и зачисление в рядовые или арестантские роты, лишение сословных привилегий и имущества. Лица в возрасте до 16 лет, принявшие участие в «мятеже», обычно зачислялись рядовыми в Сибирский линейный батальон (1863, № 42). В то же время, публиковались списки лиц, добровольно сдавшихся властям, и в отношении которых были применены «мягкие» наказания (1863, № 52; 1864, № 4), а также списки лиц, награжденных медалями за содействие «истреблению мятежнических шаек» и за преданность правительству (1864, № 13).

«Минские губернские ведомости», влияя на общественное сознание, представляли на своих страницах возмущенные мнения обывателей о «разрушительной стихии мятежа», о посягательстве на целостность и, следовательно, на «жизнь России» (1863, №№ 15, 18, 23; 1864, № 8). Все выразители такого мнения называли истинной целью восстания возрождение «польских границ 1772 г.». Автор-«очевидец» перепечатанной из «Северной почты» статьи, назвал причинами не только восстания, но и всего польского вопроса, «олигархическое господство Польши», «проповедование ополчения на русских варваров» со стороны либеральной западной печати, дипломатическое вмешательство европейских государств (1863, № 19). В последнем номере 1863 г. и первых пяти 1864 гг. были опубликованы выдержки из брошюры П.Ж. Прудона «*Si les traites de 1815 on cesse d'exister?*», в которых полностью развеивалось мнение о праве поляков на самостоятельное от России существование.

Отдельной темой, органично связанной с проблематикой восстания, являлся вопрос о греко-католической униатской церкви. В газете была опубликована целая подборка документов, раскрывавших отношение к униатам со стороны католического и православного духовенства (1864, №№ 9–15), также печатались «слова» священнослужителей в годовщины воссоединения униатской церкви с православной (1863, № 24; 1864, № 17). Целью всех этих публикаций было удержать крестьян от участия в восстании, изобличить коварство поляков и католиков.

Таким образом, «Минские губернские ведомости» были основным инструментом в руках губернского правления для формирования общественного мнения о восстании 1863–1864 гг. Газета выполняла важную функцию по сдерживанию восстания, оперативному информированию населения о принимаемых губернским чиновничеством решениях. Она демонстрировала потенциальным участникам восстания строгость тех мер, которые повлечет их «мятеж». Появление проблематики восстания на страницах газеты прямым образом зависело от активности действия повстанческих отрядов в регионе.

Литература

1. Все даты в статье приведены в соответствии с юлианским календарем, который использовался в Российской империи.
2. История Польши: в 3 т. / Под. ред. И.С. Миллера и И.А. Хренова. М., 1955–1958. Т. 2. 1955. С. 126.
3. Воззвание Литовского провинциального комитета (Комитета движения) к жителям Литвы и Белоруссии с призывом к восстанию. Между 10 и 20 января 1963 г. // Восстание в Литве и Белоруссии 1863–1864 гг.: Документы и материалы / Редкол.: В. Дьяков, В. Жигалов [и др.]. М., 1965. С. 1; Манифест Временного провинциального правительства Литвы и Белоруссии о наделении крестьян землей. 20 января 1863 г. // Там же. С. 3.
4. *Зенчанка С.* Усталяванне расійскай сістэмы кіравання // Гісторыя беларускай дзяржаўнасці ў канцы XVIII – пачатку XXI ст.: у 2 кн. / Рэдкал. А.А. Каваленя (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск, 2011–2012. Кн. 1. 2011. С. 68.
5. Канстанцін Каліноўскі і паўстанне 1863–1864 гадоў / Беларуская нацыянальная памяць // Интернет-адрес: <https://maps.google.com/maps/ms?msa=0&msid=205047460038261238731.0004d06f8475ad3b3560e&ie=UTF8&t=m&source=embed&ll=53.723946,26.748898&spn=4.659762,8.492302&iwloc=lyrfttr:msid:205047460038261238731.0004d06f8475ad3b3560e,0004d1fc561c90a307e21,,,0,-21>.

ХРИСТИАНИЗАЦИЯ ЛИВОНИИ XIII в.: ПРОБЛЕМА САМОВОСПРИЯТИЯ МИССИОНЕРОВ, МОНАХОВ И РЫЦАРЕЙ

Ф. Д. Подберёзкин

Актуальность нового подхода. Ещё великий французский историк Марк Блок говорил о том, что пространством для истории является человеческая жизнь, человек или люди в обществе [1, с. 9]. Начиная своё исследование, мы отдавали себе отчет в том, что поиск некоего «нового образца» средневекового человека в течение столетий, а уж тем более конкретно избранного периода двух десятков лет христианизации Ливонии был бы чистой интеллектуальной фикцией, т.к. универсального «средневекового человека» не было никогда. Мы предложили, заняв позицию «стороннего наблюдателя», выяснить, как участники событий начала XIII в. воспринимали себя сами, было ли нечто общее между их самовосприятием и тем, о чем писали хронисты, и содержанием папских посланий, являлась ли Библия только теоретическим базисом для интеллектуальных построений хрониста либо была действительным фактором воздействия на умы пилигримов (пилигримы – сборное самоназвание миссионеров, монахов и рыцарей – участников крестовых походов). Подобные вопросы в той или иной мере затрагивались в исследованиях, посвященных походам в Палестину. Однако крестоносцы Ливонии не были «идентичны» тем, кто отвоёвывал Гроб Господень у мусульман. В

Прибалтике латиняне основывали новую церковь, первоочередной задачей была христианизация региона. Следовательно, необходим особый подход к изучению ментальности северных крестоносцев.

Методология исследования. Наш посыл к изучению ментальности пилигримов есть наше отношение к тексту хроник и папских посланий как к главному источнику по истории их восприятия. Основой внутренней логики нашего исследования является дедуктивное допущение того, что библейские категории, перейдя в тексты святых отцов, а затем в творения Генриха Латвийского и Петра из Дусбурга, оказывали влияние не только на хронистов, но в той или иной степени актуализировались в сознании пилигримов.

В связи с этим мы попытались применить метод библейского тематического ключа, впервые предложенный и апробированный известным исследователем Риккардо Пиккио в отношении православной нарративной традиции («Slavio Orthodoxa») [2]. Тематический ключ «Хроники Ливонии» Генриха Латвийского, на наш взгляд, «кроется» в следующем отрывке, с которого начинается хроника:

«Божественное провидение, помнящее о Раабе и Вавилоне, то есть о заблуждении язычников, вот каким образом в наше нынешнее время огнем любви своей пробудило от греховного сна идолопоклонников ливов» [3, с. 59].

Библейский ключ к пониманию данного отрывка – в словах псалма 86: «Славное возвещается о тебе, град Божий! Упомяну знающим меня о Рааве и Вавилоне» (Пс. 86:3-4).

Иными словами, церковь Римская, к которой принадлежат пилигримы, есть «Град Божий». Провидение устами псалмопевца обещает нести слово Евангелия язычникам ливам, спящим в идолопоклонстве. Генрих лишь фиксирует, а пилигримы лишь совершают то, что должно свершиться – Провидение «упомянет» язычникам о Граде Божиим. Таким образом, можно считать, что вся хроника пронизана духом провиденциализма.

Таким образом, хронист позиционировал себя лишь инструментом в руках Провидения, его задачей было узреть в происходящем следы Божественного предопределения, общее, сакральное по сути направление событий.

Рижская мистерия. Важнейшим сюжетом, подтверждающим наш дедуктивный посыл о тождественности библейских категорий в тексте хроник и сознанием ливонских пилигримов является отрывок о мистерии в Риге, приведённый Генрихом Латвийским:

«В ту же зиму устроено было в центре Риги прекраснейшее представление о пророках... Содержание этого представления весьма тщательно передавалось переводчиком присутствовавшим новообращённым

и язычникам. Когда воины Гедеона стали сражаться с филистимлянами, язычники, боясь, что их убьют, побежали, но их успокоили и позвали назад... это самое представление было как бы началом и предвестием будущего: в этом представлении были войны – Давида, Гедеона, Ирода; было и учение Ветхого и Нового завета, оно должно было дать наставление, как придти к истинному миротворцу и жизни вечной» [3, с. 82].

Подобных сюжетов всего несколько в «Хронике» Генриха, но они актуальны для нас в силу того, что сам факт мистерии с библейскими сюжетами указывает на то, что самовосприятие пилигримов как Израильтян, исполнявших Божью волю, а язычников как филистимлян было не интеллектуальным построением хрониста – данная идея активно сеялась в «массы». Церковь была единственным «рупором» духовной жизни на землях Ливонии, занятых орденом и епископом. Следовательно, библейские категории были единственным вариантом, который мог бы заполнить сознание пилигримов и паствы неофитов.

«Виноградник Божий». Избранный нами дедуктивный метод реконструкции восприятия ливонских пилигримов оправдывает себя, принимая во внимание то обстоятельство, что мы оказались гораздо ближе к пониманию ментальности пилигримов, чем это могло быть раньше. В основе сознания тех тюрингцев и вестфальцев, которые отправлялись в Ливонию, лежали представления о Божественном предопределении в отношении их миссии и «обетованного» региона. Пилигримы считали себя подобными народу Бога – сынам Израилевым, боровшимся с врагами церкви - филистимлянами. Трудности, возникавшие на пути крестоносцев, интрепретировались как часть того «узкого пути», которым непременно следует пройти. Не смотря ни на что, пилигримы как бы видели перед собой успешный конец начатого – насаждение «виноградника Божия» (словами папы Иннокентия) в Ливонии.

Русь глазами пилигримов. В свете вышесказанного, захват ливонскими пилигримами "русских" церковных реликвий, о чём неоднократно упоминается в «Хронике Ливонии», был не случаен. Представляется, что к началу XIII в. между русскими и латинянами ещё не прослеживалось четкого разделения на «своих» и «чужих» святых. Генрих Латвийский отделял церковную утварь от остального захваченного крестоносцами на Руси добра. Примеры из истории жизни палестинских крестоносцев свидетельствуют, что трофейные реликвии использовались крестоносцами для украшения церквей и с целью завоевания престижа [5, р. 158]. Из этого следует, что захват сакральной атрибутики «посвященными» аскетами имел смысл лишь в конфессиональном противостоянии. Отчасти мы соглашаемся с Б.Н. Флорей, говоря о том, что конфликт носил пока ещё лишь отдельные черты конфессиональности, что русские ещё не стали

«еретиками» [6, с. 114]. Однако, рассматривая проблему в её эскалации, мы обнаруживаем, что это противостояние не находилось только лишь в русле спора о владении землями язычников. Русские представлялись наподобие «завистливых Ефремлян», блудных братьев, которых необходимо вернуть в лоно «одной» матери [7] – римской церкви. В силу того, что «верные сыновья» - латиняне обладают большим правом на священство, атрибуты сакрального должны находиться у них, как свидетельства благосклонного Провидения. Интерпретируя таким образом проблему реликвий, мы можем рассматривать эволюцию отношений русских и латинян в русле известных нам категорий восприятия последних.

Вывод. Мы можем заключить, что духовенство являлось активным участником происходящего: оно не творило действительность, а отображало её в своих нарративах, т.к. слова, посеянные им в умах пилигримов, в течении времени воплощались в их действиях. В этом отношении средневековое общество аскетов может восприниматься нами как ещё более интегрированное и сложное в силу своей взаимосвязующей мысли, чем это могло казаться раньше.

Литература

1. *Фоссье Р.* Люди средневековья. Спб., 2010.
2. *Пикки Р.* Функция библейского тематического ключа // *Slavia orthodoxa* : Литература и язык : Сб. науч. тр. : М., 2003.
3. Генрих Латвийский. Хроника Ливонии. Л.; М., 1938.
4. Петр из Дусбурга. Хроника земли прусской. М., 1997.
5. *Riley-Smith J.* Early Crusades to the East and the Costs of Crusading, 1095-1130 // *The crusades : The essential reading* / Ed.: Thomas F.Madden. Oxford : Blackwell, 2002. (Blackwell essential readings in history).
6. *Флоря Б. Н.* У истоков религиозного раскола славянского мира. XIII век. Спб., 2004.
7. *Innocentii P. III.* Litterae Archiepiscopi et universis tam clericis quam laicis per Rutheniam constitutis // Акты исторические, относящиеся к России, извлечённые из иностранных архивов и библиотек. Т1, д. ст. сов. А. И. Тургеневым. Санкт-Петербург: в Типографии Э. Праца, 1841.

ЗЛАЧЫННАСЦЬ І ДЭВІАНТНЫЯ ПАВОДЗІНЫ СЯРОД НАСЕЛЬНІЦТВА БЕЛАРУСІ Ў ДРУГОЙ ПАЛОВЕ ХІХ – ПАЧАТКУ ХХ ст.

Н. А. Самаль

На працягу ўсёй гісторыі жыццё чалавека суправаджалася парушэннем пэўных агульнапрынятых нормаў, выпрацаваных і ўсталяваных або людзьмі і часам, або дзяржавай. Прававая свядомасць большасці насельніцтва, не цалкам адпавядала тагачаснаму заканадаўству, што таксама выклікала павелічэнне агульнай колькасці

злачынстваў, з пункту гледжання закона, але магло абсалютна суадносіцца з агульнапрынятымі нормаў жыцця. «У шматлікіх месцах мелкі крадзеж, асабліва лесу, або пладоў з поля, не лічылася злачынствам» [2, с. 69].

Змены як на агульнадзяржаўным, так і на мясцовым узроўні, заўсёды пакідаюць адбітак на паводзінах насельніцтва. «Адразу пасля адмены прыгоннага права ў сялян выявілася пачуцце павагі да сваёй асобы, пачуцце незалежнасці, індывідуалізму, асабліва прыкметнае ў абшчынах, якія мелі сувязі з горадам дзякуючы адыходнікам. Гэта выявілася ў падзенні маральнасці, дысцыпліны, замаху на ўласнасць абшчыны, непавазе да бацькоў, росце п'янства, зніжэнні павагі да царквы і рэлігіі» [1, с. 335]. Пранікненню новых ідэй у веску, асабліва юрыдычнага характару, перашкаджаў нізкі ўзровень адукаванасці насельніцтва, дзёндзе нават захаванне язычніцкіх верванняў. Да 1870-х гг. у некаторых месцах, напрыклад у Мінскай губерніі, здараліся выпадкі чалавечых ахвярапрынашэнняў падчас эпідэміі халеры. Практыкавалася разрыванне могілак, для атрымання абярэгу, дзякуючы якім імкнуліся захаваць пасевы ад засухі. Як сцвярджае Б.Н. Міронаў, сяляне кралі пэўныя рэчы, бо спадзяваліся, што яны прынесуць ў іх хату згоду [2, с. 76]. Пры гэтым факты разрабавання могілак сустракаюцца і ў больш позніх крыніцах. Напрыклад, у «Аглядзе Магілёўскай губерніі», як і ў аналагічных крыніцах па іншых губерніях, прыводзяцца звесткі аб колькасці тых ці іншых злачынстваў сярод насельніцтва. Так, даецца наступная інфармацыя «Блюзнерства, разрыцце могілак і рабаванне мертвых целаў: 8 асуджаных на 1881 г.» [14, с. 19].

1860-я гг. сталі пераломным момантам як для простага, так і для больш знатнага насельніцтва. На падставе статыстычных дадзеных можна казаць аб значным росце колькасці спраў па разгляду пазямельных спрэчак паміж сялянамі, арандатарамі і памешчыкамі. Змяняецца аб'ект злачынства: месца грамадскага і дзяржаўнага парадку займаюць прыватныя асобы, а менавіта іх уласнасць, памешчык паўстае як пакрыўджаны бок. Як прыклад, можна прывесці справу «паміж яўрэямі і уладаром мястэчка Чарнецкім з нагоды неаплаты першымі чыншу за зямлю, занятую і прысвоеную ім ва ўласнасць» [3, с. 4].

Вядома, што на тэрыторыі беларускіх губерняў, якія ўваходзілі ў склад Расійскай імперыі было значна распаўсюджана вінакурэнне. У выніку чаго, асобная частка злачынстваў і распаўсюджванне п'янства было звязана менавіта з гэтым. Характэрна, што п'янства можа разглядацца як асобная форма дэвіантных паводзін і фактар росту злачыннасці. Цікава, што аналізуючы судовыя справы, якія тычыліся яўрэйскага насельніцтва можна зрабіць высновы аб маральным стане непасрэдна

беларускіх сялян. Дадзены факт можна прасачыць у справе аб супраць-законным продажы віна яўрэйкай Ландонавай, якая была ўзбуджана па заяве старшыні Марцінаўскай абшчыны. Гэта сведчыць аб тым, што сялянская абшчына, якая захоўвалася ва ўсходніх губернях, Магілёўскай і Віцебскай, была стрымліваючым фактарам у развіцці злачыннасці. У справе Ландонавай, апошняю абвінавчвалі ў тым, што яна «абыходзячы вёску збірае нейкую даніну з сялян, частуе іх водкаю, патрабуючы за гэта вырабаў сельскай гаспадаркі: бульбу авёс, пакупу, крупу і нават сялянскія бліны» [4, с. 24]. Зыходзячы са звестак, прыведзеных у справе, становіцца зразумелым, што гэта быў не адзінкавы выпадак. У народзе гэта справа нават атрымала сваю назву – «Каляда». «Нярэка здаралася, што пачаставаўшы селяніна водкаю, атрымліваеш за гэта у тры, або ў чатыры разы вышэйшую плату разнастайнымі прыпасамі, а калі-нікалі застаўшы адну хазяйку у хаце, падпаіўшы якую, нестрымліваішся ў сваіх дзеяннях. Словам казаць, калі апісваць усе дзеянні яўрэйў, то можна скласці дастаткова цікавы раман» [4, с. 24]. З гэтага можна зрабіць выснову як аб тым, што сярод вясковага насельніцтва было распаўсюджана злоўжыванне алкагольнымі напоямі, так і аб тым, што становішча яўрэйскага насельніцтва было дастаткова складаным, калі яны ездзілі па вёсках і збіралі прадукты харчавання. У сваю чаргу, відавочна, сярод яўрэйскага насельніцтва быў распаўсюджаны продаж і незаконны выраб гарэлкі. Па данясенні аб тым, што адзін чалавек у Віцебскай губерні вырабляе бязпошлінна гарэлку на продаж, чыноўнікі акцызнага ведамства наведзіліся да гэтага яўрэя. Пад час агляду дому, яны пачулі на вуліцы крык «аддайце мне маю гарэлку, я за яе сплаціў грошы» [10, с. 6]. Гэта быў селянін з суседняй вескі, зразумела, не ў цвярозым стане.

Для больш позняга часу характэрна пашырэнне колькасці правапарушэнняў, якія ў статыстычных дадзеных адносяцца да злачынстваў супраць веры, але на агульным фоне нельга казаць аб значным падзенні рэлігійнасці насельніцтва, асабліва сялянскага. Напрыклад, у Мінскіх губернскіх ведамасцях прыводзіліся наступныя звесткі: «26 мая з Сервечска-Любанінскай царквы выкрадзена скрыня з грашыма звыш 80 руб. У здзяйсненні гэтага падазроным аказаўся селянін Міхаіл Цыунчык» [18, с. 5]. Але ж патрэбна ўлічваць і тое, што у асобных выпадках сяляне былі не суб'ектам, а аб'ектам злачынстваў, у насельніцтва яшчэ захоўвалася непавага да селяніна. Дадзены факт адлюстраваны у скарзе на святарку Ігнацьеву. «Пад час пражывання яе ў мяне з-за скаладанага становішча я адмовіў ей у далейшым кватэраванні, затым Ігнацьева, злостваю на мяне пачала паўсюль ганьбіць мяне і гонар маёй сям'і, на годнасць і гонар старасты» [7, с. 2]. Сяляне ста-

навіліся аб'ектам збіцця. «Пад час абеду прыбыў да дому стараста Марцін Сідараў, але па невядомай справе, пасля чаго адразу пачаў збіваць мойго мужа і патрабаваць ад яго грошай» [12, с. 4].

Найбольш распаўсюджаным відам злачынства, увогуле сярод насельніцтва, быў крадзеж і забойства. На тэрыторыі Беларусі большасць спраў па крадзежам была зафіксавана ў Віцебскай акрузе, мінімум асуджаных за крадзежы было на тэрыторыі Гродзенскай акругі. Але адносна тэрыторыі Расійскай імперыі «вельмі невысокая наклоннасць да ўмыснага крадзежу маёмасці ўвогуле на тэрыторыі Беларусі» [19, с. 135]. Злачынствы супраць маральнасці таксама мелі месца у грамацтве, звесткі пра якія можна знайсці нават у тагачасных часопісах. «Згвалтаванне. Ігуменскі павет, на пачатку лістапада, селянін Іван Мастовіч – 14 гадоў, згвалтаваў 7-гадовую мяшчанскую дзяўчынку Францішку Макарэвіч» [18, с. 5]. Былі і гумарыстычныя справы, якія даюць уяўленне аб умовах жыцця насельніцтва. Справа сяляніна аб вяртанні яму грошай за падрыхтоўку да вяселля, якое было сарвана па віне нявесты, бо праз некаторы час апошняя вырашыла выйсці замуж за іншага «дзяўчына, якая параілася з братам і маці адмовіла мне. Ввярніце мне страты, панесеныя на частаванні» [9, с. 2].

Для гарадскога насельніцтва характэрна значна больш шырокае кола злачынстваў. «У кватэры аднаго яўрэя ў г. Магілеў была выкрыта вытворчасць фальшывых манет і паштовак» [14, с. 19]. Да др. пал. XIX ст. характэрна павелічэнне колькасці жаночых злачынстваў, безумоўна яны мелі сваеасабовую накіраванасць. Большая колькасць злачынстваў тычыліся менавіта дзетазабойства. Пры даследванні архіўных матэрыялаў, часопісаў трапляецца шмат звестак аб выпадковым знаходжанні народжаных дзяцей уздож берагоў рэк і каля дарог. «Яўрэі разам з мешчанінам з горада Віцебска у вёску насілі гарэлку, каля дарогі недалёка ад горада знайшлі дзецкае цела» [8, с. 20]. Цікавая статыстыка назіраецца і ў горадзе Мінску на 1883 г. калі палова дзетазабойстваў па ўсёй губерні прыпадае на гарадское насельніцтва. Распаўсюджанай з'явай было самазабойства. «Уладар карчмы, віцебскі мешчанін Якаў Карнеў, ад нараджэння 40 гадоў..а поўдня увайшоўшы ў хлеў, які знаходзіўся пры карчме, павесіўся» [8, с. 36].

На падставе аналізу судовых спраў і перыядычнага друку, можна казаць аб тым, што адразу пасля рэформы 1861 г. сярод вясковага насельніцтва назіраецца значны рост маёмасных спрэчак, распаўсюджаны такія злачынствы, як падпал, крадзеж, пабоі, злачынствы супраць веры. Большую цікавасць прадстаўляе факт распаўсюджанасці злоўжывання спіртнымі напоямі, дзета- і самазабойстваў. Сярод агульнай колькасці судовых спраў яны складаюць значны адсотак. Можна

канстатаваць той факт, што адносна тэрыторыі Расійскай імперыі, у беларускіх губерніях не адзначаецца шырокае распаўсюджанне злачыннасці, можна казаць цыклічнасці характару злачыннасці.

Літаратура

1. *Миронов Б. Н.* Социальная история России периода империи (XVIII – нач. XX в.) Т1. СПб., 2003.
2. *Миронов Б. Н.* Социальная история России периода империи (XVIII – нач. XX в.) Т2. СПб., 2003.
3. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 146. Воп.2. Адз.зах. 3138. Дело о взаимных денежных претензиях мещан М. Любенева Пинского уезда и владельца местечка помещика А. Чарнецкого.
4. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.616. Дело о противозаконной продаже вина еврейкой Лондоовой 1869 г.
5. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.764. Дело о нанесении оскорбления священницею Преподобной Королевицкой церкви Анастасьи Игнатъевой крестьянину Королевицкой обл. Феодосу Малахову.
6. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.404. Донесения Военному начальнику Витебского уезда.
7. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.715. Дело по жалобе крестьянина деревни Слабодки Гаврилова об взыскании в его пользу расходов по подготовке к свадьбе.
8. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.680. Дело о злоупотреблении чиновниками акцизного ведомства по выделке и продаже питейств.
9. Нацыянальны гістарычны архіў Беларусі. Фонд 2500. Воп.1. Адз.зах.530. Дело о нанесении побоев крестьянину Федору Григорьеву, Мартиным Сидоровичем.
10. Обзор Могилёвской губернии за 1881 г. Приложение ко всеподданнейшему отчёту могилевского губернатора. Могилёв: Типография губернского правления, 1881 г. С. 34, 54.
11. О происшествиях в минской губернии // Минские губернские ведомости. Неофициальная часть. 1884, 27 июля. С. 5.
12. *Тарновский Е. Н.* Итоги русской уголовной статистики за 20 лет. (1874–1894 гг.). СПб., 1899.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ. АНАЛИЗ ПРОСОПОГРАФИЧЕСКИХ ДАННЫХ

Е. С. Семенова

Демократические преобразования в странах, не имеющих большого опыта развития институтов парламентаризма, требуют использования готовых моделей формирования политических органов власти. Одной из таких моделей может служить опыт становления системы парламентаризма в Российской Империи (РИ).

Так, причиной создания парламента (Государственной Думы) в РИ стала необходимость выхода России из социально-национально-экономического кризиса, кульминацией которого стала буржуазная революция 1905–1907 гг.

В статье уделяется внимание не столько истории Государственной Думы, сколько общей характеристике социального состава депутатов четырех Дум (1906–1917 гг.). Идея статьи обусловлена утверждением, согласно которому анализ просопографической информации о депутатах думы способен выявить особенности народного представительства, являющегося репрезентантом насущных проблем российского государства. Т.е. изучая социальный состав ГД можно проследить интенсивность, политических, экономических и социальных проблем, при этом, не прибегая к анализу документов, описывающих ход работы Думы (стенографические отчеты, законы и др.).

Источником же получения просопографической информации стала электронная база данных (БД) «Российские парламентарии XX века» [3], разработанная историками Томского государственного университета (И.К. Кирьянов, С.И. Корниенко и др.). БД представляет собой информационный ресурс социокультурных и политических характеристик депутатов ГД. Структура БД имеет вид таблицы, в качестве свойств которой выбраны поля: дата жизни; сословная, национальная и конфессиональная принадлежность; образование; профессия; членство в партии и др.

На основе сведений полученных из БД был изучен социальный состав партий, участвующих в работе ГД, а также лиц не входящих ни в одно политическое объединение.

В I Думе численное преимущество получили партии кадетов и трудовиков, а также беспартийные. Партия кадетов в основном была представлена дворянским сословием – 50,3 % от всех представителей партии, при этом 20,9 % депутатов-кадетов были крестьянами.

В свою очередь партия трудовиков была представлена в основном крестьянами (79,6 %), а также фабрично-заводскими рабочими и интеллигентными служащими, объединившимися с целью осуществления через ГД неотложных требований трудящихся.

Большое количество беспартийных в I Думе (103 места из 504) объяснялось тем, что к моменту созыва Думы большинство депутатов ещё не определились с выбором партии, не были ознакомлены с их программами, характерным является также то, что среди беспартийных 79,6 % являлись крестьянами. Впоследствии, в ходе деятельности Государственной Думы количество беспартийных постепенно сокращалось и, в последней, IV Думе составило лишь 24 депутатских места.

Исходя из преимущественно крестьянского состава I Думы, основным вопросом на заседаниях Думы был аграрный, решение которого,

как правило, стремились провести в пользу крестьян. Так, кадеты выдвигали проект принудительного отчуждения части помещичьих земель в пользу крестьянства. Трудовики же требовали отчуждения всех частных земель и введения уравнительного землепользования. Некоторые депутаты и вовсе требовали уничтожения частной собственности на землю и превращения её в общенародное достояние, что было неприемлемо для правительства, заявившего о неприкосновенности частных земель. Кроме того в I Думе обсуждались вопросы об амнистии, отмене смертной казни, неприкосновенности личности и проч., что не могло допустить правительство. В результате Николай II 8 июня распустил Думу, обвинив её в разжигании смуты [2, с. 213–230].

Во II Государственной Думе за счет присоединения социал-демократов (РСДРП) и эсеров увеличилось общее количество депутатов. При этом крестьянское сословие в этих партиях по-прежнему занимало более 50 % мест. Основным вопросом в Думе оставался аграрный, однако, опасаясь скорого роспуска, были сняты вопросы об амнистии, отмене смертной казни и др. [1, с. 10].

3 июня 1907 г. было подписано новое «Положение о выборах в Государственную Думу» вдвое сократившее избирательные права крестьян и рабочих. Изменения избирательного закона привели к перераспределению влияния политических фракций в созданной III Думе, значительно сократилось и общее число думцев – 487 депутатов. Избирательный закон был направлен на создание послушного правительству парламента, что и удалось сделать, так как абсолютное большинство мест в Думе получила партия октябристов, ставшая опорой правительства в парламенте.

Партия октябристов насчитывала 175 депутатов, что составило 35,9 % от общего количества думцев. По своему составу октябристы являлись дворянской партией: 62,8 % её участников – дворяне, крестьяне в ней составили лишь 11,4 %.

Второй по численности депутатов и по влиянию стали правые партии, получившие 159 мест (32,6 %). Дворяне в этой фракции, как и у октябристов, составляли большинство – 47,1 %, однако значительное представительство в ней получили и лица с духовным образованием – 23,3 %, крестьяне составили 20,1 % от общего количества правых депутатов.

С подъемом национального движения увеличилось и количество представителей национальных партий, им удалось занять третью позицию в Думе – 104 депутатских места (21,3 %). Из них 52,9 % – дворянского происхождения, 20,2 % – крестьянского, 16,3 % лиц духовного сана.

Что касается остальных фракций в Думе, то по сравнению с предыдущими Думами резко уменьшилось представительство партии кадетов 13,6 %, что можно объяснить усилением политики репрессий местных

властей против кадетов. Так, в феврале 1908 г. Сенат окончательно отказал кадетскому руководству в легализации партии, а в декабре был проведён судебный процесс по делу депутатов I Думы, подписавших Выборгское соглашение. В результате, наиболее убежденные кадеты были лишены избирательных прав. Социал-демократы по сравнению со II Думой также потеряли 46 мест, по причине ложного обвинения в создании заговора против царской семьи.

Таким образом, исход голосования в III Государственной Думе полностью зависел от октябристов. Дума была послушным орудием в руках правительства, возглавляемого Столыпиным. При поддержке правых он блокировал все инициативы кадетов, основой его политики был лозунг: «Сначала успокоение, потом реформы».

Основными вопросами, стоявшими перед III Государственной Думой, были аграрный, рабочий, национальный. В обход Думы был принят столыпинский вариант аграрной реформы (на основе указа от 9 января 1906 г.). По рабочему вопросу был принят закон о государственном страховании от несчастных случаев и по болезни, по национальному – в 9 украинских и белорусских губерниях были образованы земства, а Финляндия лишалась автономии [2, с. 433–440].

Четвертая Государственная Дума избиралась по тому же избирательному закону, что и III. При этом правительство, чтобы не допустить обострения внутривластной обстановки в связи с выборами, стремилось провести их как можно более незаметно, пытаясь усилить свои позиции в Думе. С этой целью правительство воздействовало на выборы полицейскими репрессиями, всевозможными средствами вроде ограничения числа избирателей в результате противозаконных «разъяснений». Оно обращалось к помощи духовенства, предоставив ему возможность широкого участия в уездных съездах в качестве уполномоченных от мелких землевладельцев. Это привело к тому, что дворяне получили 259 мест в Думе, т. е. 56 %, лица, получившие духовное образование заняли 12,1 % от общего количества депутатов. Представительство крестьян сократилось до 87 человек.

В результате активных действий правительства основной фракцией IV Думы стала правая партия – 122 места (26,4 %). Поскольку фракция октябристов раскололась, и они также как и кадеты вступили в легальную оппозицию. Сами же октябристы получили 111 депутатских мест, т. е. 24 %, национальные партии – 23,1 %, либеральные партии – 18,8 %, кадеты – 14,5 %. Однако в дальнейшем, по причине острого конфликта между IV Думой и правительством, был образован Прогрессивный блок, в который вошли кадеты, октябристы, прогрессисты, часть националистов. Прогрессивный блок составлял 236 депутатов из 462. Блок также

был поддержан некоторыми членами Государственного Совета и Синода. Основными вопросами в Думе были военный и национальный, при этом Думе позволялось решение лишь незначительных проблем. Позиция блока по отношению к государственной власти привела к политическому кризису 1916 г., стала одной из причин Февральской революции и собственно роспуска IV Думы.

Как видно из представленного примера модель строительства института парламентаризма в России очень динамична, отсутствие первоначального опыта строительства демократических институтов власти приводило к большим изменениям социального состава депутатов. Такая ситуация является доказательством того, что приход к власти различных сил способен выявить насущные проблемы государства, однако их решения не могут быть приняты из-за отсутствия политической преемственности. Создание институтов народовластия, как инструмента решения кризисных явлений, требует создания политических объединений, охватывающих все слои населения и имеющие конкретные программы действий.

Литература

1. *Алескеров Ф. Т.* Распределение влияния фракций в Государственных думах Российской империи (1905–1917 гг.) / Ф.Т. Алескеров, А.С. Кравченко. М, 2005.
2. *Смирнов А. Ф.* Государственная Дума Российской Империи 1906–1917 гг.: Историко-правовой очерк. М., 1998.
3. Российские парламентарии в начале XX века [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://helios.psu.ru/pls/parlament/first_page.html.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДОКУМЕНТОВ И ЭЛЕКТРОННЫХ ПОДПИСЕЙ В СОЕДИНЕННЫХ ШТАТАХ АМЕРИКИ И КОРОЛЕВСТВЕ ШВЕЦИИ

А. А. Шмагун

Цель исследования – обобщить опыт США и Швеции в области правового регулирования электронных документов (ЭД) и электронных подписей (ЭП) с возможностью его использования в Республике Беларусь.

Выбор в исследовании законодательного опыта США и Швеции объясняется тем, что данные страны занимают передовые позиции в мировом рейтинге по индексу развития информационно-коммуникационных технологий и по индексу готовности электронного правительства, США являются родоначальником развития правовой базы в данной области, также страны кардинально отличаются как по форме правления (президентская республика и конституционная монархия), форме государственного устройства (федерация и унитарное государство), правовой сис-

теме (англосаксонская и романо-германская), так и по законодательному подходу в области ЭД и ЭП (минималистский и смешанный).

Правовую основу законодательства США в области регулирования ЭД и ЭП составляют Федеральный закон США «Об электронных подписях в глобальной и национальной торговле» [1]; Модельный закон об электронных сделках [2]; локальные законы штатов. В Швеции в данной области действуют Директива 1999/93/ЕС Европейского парламента и Совета от 13 декабря 1999 г. о порядке использования электронных подписей в Европейском Сообществе [3]; Закон Швеции «О квалифицированных электронных подписях» [4] и иные подзаконные акты.

Для США характерен *технологически нейтральный (минималистский)* подход в области правового регулирования ЭД и ЭП, который законодательно не навязывает использование определенной технологии создания ЭП, предоставляя участникам электронного взаимодействия право выбора. При этом сами понятия ЭД и ЭП трактуются максимально широко (акцент только на электронном способе представления информации). Данный подход позволяет использовать новые технологии, появляющиеся на рынке, без существенных изменений законодательства, однако требует применение норм договорного права при отсутствии таковых в законодательстве. Для правового режима ЭД и ЭП в Швеции характерен более строгий, чем в США *смешанный (гибридный)* законодательный подход. Де-юре существует техно-логическая нейтральность: законодатель вводит относительно широкое понятие ЭП, различные виды ЭП (ЭП в широком смысле, усиленная ЭП, квалифицированная ЭП), предоставляя свободу в выборе технологии. Де-факто законодатель стимулирует применение только квалифицированной ЭП (КЭП), основанной на технологии криптографии открытым ключом (РКИ), путем определения ее правового статуса и установления к ней жестких законодательных требований определения надежности, соответствие которым проверяется государственными органами. В частности, такие требования устанавливаются к сертификатам КЭП; удостоверяющим центрам (УЦ), выдающим такие сертификаты (например, необходимость уведомления и получения разрешения Государственного управления связи и телекоммуникаций Швеции для открытия такого УЦ в качестве юридического лица, расширенная ответственность к возмещению ущерба и т.д.); а также к “защищенным средствам создания КЭП”, которые должны быть обязательно сертифицированы на соответствие общеевропейским техническим стандартам.

В рассматриваемых странах существуют различные условия признания юридической эквивалентности ЭД и ЭП с их традиционными аналогами. Так, в США в коммерческом обороте за ЭД и ЭП признается

равная юридическая сила с их традиционными аналогами, хотя существуют и определенные исключения (например, завещания, документы в области семейных отношений), которые были добавлены в связи с опасениями, что электронное взаимодействие пока не достаточно надежное для данных операций. В Швеции только для КЭП законодатель устанавливает потенциальную возможность ее признания юридически эквивалентной собственноручной подписи. Однако такая эквивалентность не является автоматической, а только в случае, когда законодательство разрешает обмен документами с помощью электронных средств.

В США либеральный подход в области ЭД и ЭП характерен также и в судебной практике, которая имеет там немаловажное значение. Американские суды в большинстве случаев склоняются к расширенному толкованию норм известного для стран англосаксонской правовой системы Закона «О мошенничестве», касающихся письменной формы и подписи. Т.е. суды оценивают в первую очередь намерения сторон заключить договор, а не форму их действий и признают в качестве доказательств практически все виды ЭД и ЭП. Судебная практика в Швеции показывает, что суды более строго толкуют нормы законодательства в отношении признания юридически значимых ЭД и ЭП, в том числе признания КЭП, удовлетворяющей требованиям наличия собственноручной подписи.

В отношении признания иностранных ЭП Федеральный закон США закрепляет отсутствие дискриминации к ЭП любого вида иностранных юрисдикций. Т.е. стороны международной электронной деловой сделки самостоятельно устанавливают на основе соглашения приемлемые технологии ЭП. В Швеции законодательно урегулирована только возможность трансграничного признания КЭП, выданной квалифицированным УЦ, соответствующим требованиям законодательства Швеции, и только в рамках государств-членов Европейского союза (ЕС).

Как законодательство США, так и законодательство Швеции гарантируют возможность введения дополнительных требований к ЭД и ЭП при электронном обмене информацией в государственном секторе. В частности, в США в данной области действует хорошо развитая система Федерального мостового удостоверяющего центра, основанная на PKI. В целом же можно констатировать, что наибольшее распространение в США получают решения, не основанные на PKI (например, ЭП на основе SaaS-технологии – программное обеспечение как услуга, разновидность “облачных” услуг).

В Швеции наибольшей популярностью пользуются усиленные ЭП (например, электронные идентификационные карты), которые основаны на PKI, представляют надежность подписываемым данным, но значительно проще в использовании, чем КЭП. Несмотря на то, что правовой

статус КЭП более-менее определен, а в отношении других видов ЭП он весьма расплывчатый, на практике КЭП не получили должного распространения в Швеции. Это обусловлено следующими причинами: проблема интероперабельности, сложности в использовании для лиц, не имеющих соответствующих технических навыков (при этом сложности в понимании технической сущности КЭП часто возникают также у судей и юристов), необходимость инсталлирования дополнительного программного обеспечения, дороговизна приобретения КЭП, что не оправдывает себя во всех случаях электронного взаимодействия. Наглядным примером служит то, что до 2008 г. в Швеции вообще не существовало УЦ, выдающих квалифицированные сертификаты (в настоящее время только один УЦ). Тем не менее, было выявлено, что КЭП вполне находят свое применение при трансграничном электронном взаимодействии в рамках общеевропейского электронного правительства, где они служат своеобразным “паспортом”, который гарантирует применение в каждом государстве-члене ЕС тех же правил, что применяются в отношении собственноручной подписи. Примечательно также то, что в Швеции все виды ЭП выдаются только частным сектором (чаще банки).

Оценивая в целом два подхода в области ЭД и ЭП в США и Швеции, можно сказать, что каждый из них имеет и свои несовершенства. Так, в США многообразие юрисдикций, субъектов правотворчества и источников права, а также определенная самостоятельность штатов в данной области препятствуют установлению полного единообразия правовых норм и подходов (например, не все штаты внедрили в свое локальное законодательство нормы федеральных законов). Это, в свою очередь, приводит к проблеме преимущественного права федеральных и местных источников при решении судебных споров. В Швеции, несмотря на большую четкость, структурированность и единообразие правовой системы в рассматриваемой области, есть неопределенность на практике в юридическом статусе различных видов ЭП, отличных от КЭП.

Сравнительный анализ показал, что идеального законодательного подхода в области рассматриваемых правоотношений нет. Тем не менее, положительный законодательный опыт каждой из этих стран может быть использован для дальнейшего усовершенствования правового регулирования электронных документов и электронных цифровых подписей в Республике Беларусь. При рассмотрении данного вопроса следует учитывать ряд объективных факторов: Республика Беларусь является унитарным государством; Республика Беларусь относится к романо-германской правовой семье; В Республике Беларусь не получил должного развития институт договорного права, который позволяет США использовать максимально либеральный подход в регулировании ЭД и

ЭП; Российская Федерация, партнер Республики Беларусь в рамках Союзного государства, выбрала путь Швеции.

Из этого вытекает, что для Республики Беларусь целесообразно было бы воспринять опыт Швеции, но с определенными корректировками. В частности, желательно четко разграничить электронные сделки с использованием ЭП в государственном секторе (например, в рамках электронного правительства) и в частном секторе (например, электронная торговля). В отношении последних должны быть достаточно либеральные нормы, как в законодательстве США. Также в основном законе, регулирующем отношения в области ЭД и ЭП, целесообразно прописать нормы, касающиеся правового статуса не только КЭП (что наблюдается в Швеции), но и остальных видов ЭП для равной возможности их использования с юридической точки зрения.

Литература

1. Electronic Signatures in Global and National Commerce Act // PUBLIC LAW 106–229. JUNE 30, 2000. 114 STAT. P. 464–476.
2. Интернет-адрес: http://www.uniformlaws.org/shared/docs/electronic%20transactions/ueta_final_99.pdf.
3. Интернет-адрес: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:013:0012:0020:EN:PDF>.
4. Интернет-адрес: <https://lagen.nu/2000:832>.
5. *Brazell L.* Electronic signatures law and regulation. London, 2004.

**НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЯНИЯ ПРИ ПРИНЯТИИ МЕР
ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА) ИЛИ
ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПРОЦЕДУР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
НЕОСОТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА)**

В. А. Абрамович

Законодательство, устанавливающее административную ответственность за неправомерные деяния в области несостоятельности (банкротства), состоит из одной статьи Особенной части Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее КоАП) – статьи 12.13. Указанная статья содержит девять частей, носящих отсылочный и бланкетный характер. Отсутствие четкого закрепления нормой об административной ответственности объективной стороны и субъекта административного правонарушения создает предпосылки неверного правоприменения.

Изученная нами практика реализации административной ответственности за неправомерные деяния в области экономической несостоятельности (банкротства) свидетельствует об ошибочном применении части восьмой статьи 12.13. Правоприменительные органы игнорируют системное толкование норм Общей и Особенной частей КоАП.

В соответствии со статьей 1 Закона Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» № 415-З от 13 июля 2013 года (далее Закон), временный (антикризисный) управляющий – индивидуальный предприниматель, юридическое или физическое лицо (гражданин Республики Беларусь либо иностранный гражданин, лицо без гражданства, имеющие вид на жительство в Республике Беларусь), назначаемые хозяйственным судом для осуществления своих полномочий в процедурах экономической несостоятельности (банкротства) (временный управляющий – в защитном периоде, антикризисный управляющий – в конкурсном производстве).

В соответствии с частью первой статьи 4.8 КоАП физическое лицо подлежит административной ответственности как индивидуальный предприниматель, если совершенное административное правонарушение связано с осуществляемой им предпринимательской деятельностью и прямо предусмотрено статьей **Особенной части**. В соответствии с частью второй статьи 4.8 КоАП юридическое лицо может нести ответственность только за административные правонарушения, прямо предусмотренные статьями **Особенной части**. Конструкция диспозиции и

санкция части восьмой статьи 12.13 КоАП предусматривает ответственность только физического лица. Редакция КоАП до 28 декабря 2009 года предусматривала в санкции части восьмой статьи 12.13 ответственность юридического лица, однако исключала ответственность индивидуального предпринимателя. С внесением изменений Законом Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в некоторые кодексы Республики Беларусь по вопросам уголовной и административной ответственности» от 28 декабря 2009 года №98-3 в указанную статью, юридические лица также не подлежат административной ответственности по указанной статье.

Однако правоприменяющие органы продолжают применять административную ответственность по указанной части статьи 12.13 КоАП по отношению к юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, не смотря на отсутствие закона, устанавливающего противоправность деяния.

Данный пробел в правовом регулировании может быть частично компенсирован установленной частью девятой статьи 12.13 КоАП ответственностью за неисполнение предусмотренных законодательными актами об экономической несостоятельности (банкротстве) обязанностей при осуществлении процедур экономической несостоятельности (банкротства) при отсутствии признаков административных правонарушений, предусмотренных частями 1–8 статьи, 12.13 КоАП, однако, и она исключает возможность привлечения к административной ответственности за ненадлежащее исполнение своих обязанностей управляющего – индивидуального предпринимателя.

Полагаем, что решением проблемы неверного определения субъекта административной ответственности и исключения произвольного толкования положений статей Особенной части КоАП станет внесение изменений в статью 4.8 путем дополнения части второй указанием на возможность применения мер административного взыскания к юридическим лицам только при закреплении их в качестве субъекта в санкции статьи Особенной части КоАП. В свою очередь, внесение соответствующих изменений в санкции правонарушений, предусмотренных статьей 12.13 КоАП, позволит устранить существующий на данный момент пробел и повысить законность и эффективность всей системы антикризисного управления.

Литература

1. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: Принят Палатой представителей 11 декабря 2002 г.: одобр. Советом Респ. 2 апреля 2003 г.: в ред. Кодекса Респ. Беларусь от 28 августа 2012 г.

2. Об экономической несостоятельности: Закон Респ. Беларусь, 18 июля 2000 г., № 423-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 13.07.2012 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ КРИМИНАЛИСТИКИ

Ю. А. Антилевская

С появлением суверенного белорусского государства, криминалистика, сохраняя общие фундаментальные позиции советской криминалистики, пошла по пути самостоятельного решения проблем, стоящих перед ней. В связи с этим сформировались научные школы белорусской криминалистики.

Наиболее существенными общетеоретическими проблемами криминалистики являются: понимание объекта, предмета и системы криминалистики. Остро дискуссионной является проблема формализации теоретических основ познания преступления, изучения подхода к построению информационной модели преступления.

По мнению российских ученых-криминалистов (например, Н. П. Яблокова) объектом криминалистического исследования являются определенные виды человеческой деятельности: 1) преступная деятельность различного вида (собственно предмет познания); 2) механизм отражения событий, процессов, фактов в окружающей среде (основной канал информации); 3) криминалистическая деятельность (объект оптимизации) [9, с. 6].

В коллективном учебном пособии, написанном под редакцией А. В. Дулова, объектами изучения в криминалистике являются материальные процессы совершения преступлений, процессы отражения преступлений в окружающей действительности, а также особенности деятельности по расследованию преступлений [3, с. 16].

Подход и российских, и белорусских авторов в выделении объектов научного познания сводится к следующему.

Объекты познания: во-первых, преступление, преступная деятельность и, во-вторых, деятельность по их раскрытию, расследованию и предупреждению.

Дискуссии о предмете криминалистики в Советском Союзе (особенно в 50-х годах) определили ее юридическую природу, задачи и цели, предмет исследования. Р. С. Белкиным было сформулировано ее определение, которое до настоящего времени с небольшими изменениями излагается в учебниках.

Криминалистика – наука о закономерностях возникновения, собирания, исследования, оценки и использования доказательств преступлений, средствах и методах раскрытия, расследования и предупреждения преступлений, основанных на познании этих закономерностей [1, с. 42].

Согласно теории белорусских криминалистов (в частности, Н. И. Порубова), предмет криминалистики составляют две группы закономерностей: возникновение следов преступления и работа с доказательствами [6, с. 5].

А. В. Дулов предложил рассмотреть предмет криминалистики сквозь призму четырех составляющих: 1) эмпирический блок; 2) цель проведения исследования; 3) принципы, специальные методы и средства исследования; 4) пути использования познанного в практической деятельности человека [3, с. 15–19].

Предметом криминалистики по мнению Г. А. Зорина становятся не только закономерности, но и парадоксы: совершение и сокрытие преступлений; предварительного расследования; экспертного исследования вещественных доказательств; судебного разбирательства; обвинения и защиты по уголовным делам; создание методов раскрытия и расследования. Данные предметные направления Г. А. Зорин предлагает выделять в раздел и рассматривать его как особую отрасль криминалистики [4, с. 16–17].

Белорусские криминалисты обратили внимание на то, что из большого числа закономерностей, которые должна изучать криминалистика, выпадает важнейшее звено – само преступление, на выявление, расследование и предупреждение которого и направлена вся криминалистическая деятельность. Что же представляет собой преступление с материальной точки зрения?

В российских учебниках по криминалистике в ее общетеоретической части до сих пор рассматриваются вопросы криминалистической характеристики преступлений.

Криминалистическая характеристика преступлений должна по идее работать на реальное раскрытие преступлений.

Однако низкий уровень практической значимости криминалистической характеристики преступления привел к необходимости осуществления познания преступлений на иной основе. Такой основой служит криминалистическая структура преступления.

Новый подход был найден в связи с осознанием важнейшей задачи криминалистики – установление совокупности материальных образований, составляющих между собой преступление. Данную совокупность объектов, которые обязательно должны присутствовать при совершении преступления, стали рассматривать как систему.

Исследованиями проблемных вопросов учения о криминалистической структуре преступления в разные годы занимались такие ученые как О. М. Глотов, А. Е. Гучок, А. В. Дулов, В. Ф. Ермолович, Г. А. Зорин, А. В. Лапин, Г. А. Шумак, А. М. Хлус.

В целях познания преступления предлагается четко определить последовательность изучения криминалистической структуры преступления. Для этого необходимо выявить совокупность материальных элементов, обязательно имеющих в наличии при совершении преступления, поскольку без них последнее не может быть совершено.

А. Е. Гучок, подчеркивая материальный характер элементов криминалистической структуры преступления, выделяет их следующие виды: 1) субъект, совершающий преступление; 2) объект преступного посягательства; 3) средство совершения преступления; 4) предмет преступного посягательства; 5) предмет преступления [2, с. 48–49]. Эти взаимосвязанные между собой элементы и составляют криминалистическую структуру преступления.

Криминалистическое исследование преступления предполагает изучение не только элементов, образующих его криминалистическую (материальную) структуру, но и связей между ними [7].

В виду того, что появился новый белорусский подход к познанию преступления через криминалистическую (материальную) структуру, предлагается изменить всю систему науки криминалистики.

Большинство ученых-криминалистов разделяют точку зрения о том, что в науке криминалистике следует выделить четыре основных раздела: «Общая теория криминалистики», «Криминалистическая техника», «Криминалистическая тактика» и «Криминалистическая методика».

Радикально изменить систему криминалистики предлагает В. Е. Корноухов и В. А. Образцов. Так, система науки криминалистики состоит из двух частей – общей теории (Общая часть) и методик по расследованию преступлений (Особенная часть) [5, с. 9–10].

По мнению А. В. Дулова криминалистика состоит из следующих частей: «Теоретические основы», «Материальная структура преступления», «Криминалистическая тактика», «Криминалистическая стратегия», «Методика расследования». Второй традиционный из разделов, криминалистическая техника, по мнению автора, должен именоваться «Материальная структура преступления». В отдельный раздел выделена «Криминалистическая стратегия», которая должна занять место между криминалистической тактикой и методикой. В данный раздел должно входить то общее, что характеризует деятельность по расследованию, общие правила и принципы расследования и др. [8, с. 221].

Еще одна нетрадиционная система криминалистики предложена Г. А. Зориным: «Теория криминалистики», «Криминалистическая стратегия», «Методология криминалистики», «Криминалистическая тактика», «Криминалистическая техника», «Криминалистическая методика», «Криминалистическая экспертология» [5, с. 10].

Особый интерес представляет идея о создании альтернативной системы криминалистики. Данная система, по мнению Г. А. Шумака, может быть построена на основе горизонтальных срезов интегрированной научной информации, позволяющей создать отрасли криминалистики. Основным критерием для выделения отраслей криминалистики является совокупность особенностей слеодообразования в той или иной сфере [8, с. 222].

В заключение представляется необходимым отметить, что происходит переосмысление накопленного опыта, уточняются перспективы и стратегические приоритеты дальнейшего развития науки криминалистики. В виду развития науки и техники, а также увеличения информационной преступности в частности, возникновения новых модифицированных форм организованной преступности, в нашем государстве требуются новые подходы к актуализации указанных проблем, что и решает белорусская университетская школа криминалистики.

Литература

1. *Белкин Р. С.* Криминалистика. Учебник для вузов / Т. В. Аверьянова и др. М.: издательская группа НОРМА-ИНФА, 1999.
2. *Гучок А. Е.* Криминалистическая структура преступлений / А. Е. Гучок. Минск, БГУ. 2007. С. 48–49.
3. Криминалистика: Учеб. пособие / А. В. Дулов, Г. И. Грамович, А. В. Лапин и др.; Под ред. А. В. Дулова. Мн., НКФ «Экоперспектива», 1996.
4. *Зорин Г. А.* Теоретические основы криминалистики. Мн.: Амалфея. 2000.
5. *Хлус А. М.* Дискуссионные аспекты общей теории криминалистики / А. М. Хлус // Проблемы криминалистики: сб. науч. тр. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, Акад. МВД Респ. Беларусь; редкол.: Г. Н. Мухин (отв. ред.) [и др.]. Минск: Акад. МВД Респ. Беларусь, 2009. Вып.7. С. 243.
6. *Порубов Н. И.* Криминалистика: Учеб. пособие / Н. И. Порубов, Г. И. Грамович, А. Н. Порубов. Мн, Выш. шк., 2007.
7. *Хлус А. М.* Современные подходы к построению частной методики расследования преступлений / А. М. Хлус // Криминалистические чтения, посвященные памяти Заслуженного юриста Респ. Беларусь Г. И. Грамовича: тез.докл. Междунар. науч.-прак. конф. / М-во внутр. дел Респ. Беларусь, Акад. МВД Респ. Беларусь; редкол.: В. Б. Шабанов (отв. ред.) [и др.]. Минск: Акад. МВД, 2012. С. 407.
8. *Шумак Г. А.* Актуальные задачи и перспективы развития белорусской криминалистики // Право и демократия: сб. науч. тр. Мн.: БГУ, 2007. Вып. 18.
9. *Яблоков Н. П.* Криминалистика. Учебник для вузов. М.: Издательство БЕК, 1995.

РОЛЬ «ГЛОБАЛЬНЫХ» СМИ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

А. Ю. Rogozin-Каминский, Е. В. Бондарик

Сегодня глобализация является ведущей тенденцией мирового развития. Как известно, современный глобализационный процесс характеризуют три универсальных признака: интеграция, транспарентность и гомогенность. Не смотря на то, что признаки глобализации проявляются практически во всех сферах, в качестве существенной характеристики глобализации выступает именно информационная составляющая [2]. Необходимо отметить, что в истории человечества всего произошло пять информационных революций [1].

Первая информационная революция связана с изобретением письменности, что привело к качественному и количественному скачку в информационном развитии общества. Появилась возможность фиксировать знания на материальном носителе, тем самым отчуждать их от производителя и передавать из поколения в поколение. Вторая информационная революция, датируемая серединой XVI века, благодаря появлению книгопечатания, создала дополнительные возможности для приобщения к культурным ценностям сразу больших слоев населения. Третья (конец XIX в.) – стала обусловлена изобретением электричества, благодаря которому появились телеграф, телефон, радио – средства, позволяющие оперативно передавать и накапливать информацию в значительных объемах. Следствие этой революции – повышение степени распространения информации и информационного «охвата» населения средствами вещания. Повысилась роль СМИ как механизма распространения сообщений и знаний на больших территориях и обеспечения ими проживающих на них граждан, а также доступность членов общества к сообщениям и знаниям. В середине XX века произошла четвертая информационная революция и была связана с изобретением вычислительной техники и появлением персонального компьютера, созданием сетей связи и телекоммуникаций. Стало возможным накапливать, хранить, обрабатывать и передавать информацию в электронной форме. Сегодня мы переживаем пятую информационную революцию, связанную с формированием и развитием трансграничных глобальных информационно-телекоммуникационных сетей, охватывающих все страны и континенты, проникающих в каждый дом и воздействующих одновременно и на каждого человека в отдельности, и на огромные массы людей. Наиболее яркий пример такого явления и результат пятой революции – Интернет. Именно он дал миру огромнейших размеров горизонтальное поле для

сотрудничества, Т. Фридман, называет сложившиеся горизонтальные связи «плоским миром» [5]. Суть пятой революции заключается в интеграции в едином информационном пространстве во всем мире программно-технических средств, средств связи и телекоммуникаций, информационных запасов или запасов знаний как единой информационной телекоммуникационной инфраструктуры. В итоге неимоверно возрастают скорости и объемы обрабатываемой информации, появляются новые уникальные возможности производства, передачи и распространения информации, поиска и получения информации, новые виды традиционной деятельности в этих сетях. Иными словами, информация сегодня превратилась в ресурс, имеющий даже большую ценность, чем природные, финансовые, трудовые и иные ресурсы. Информация стала товаром, который продается и покупается, она превратилась в оружие, возникают и прекращаются информационные войны.

В связи с этим, в условиях пятой информационно революции, особую роль приобретают «глобальные» средства массовой информации. Под «глобальным» СМИ сегодня понимается новостная организация, стремящаяся к развитию международной составляющей своей информационной деятельности. В качестве «глобальных» можно рассматривать СМИ, вовлеченные в международный обмен информацией, цитируемые в СМИ других государств, обладающие международной сетью представительств и возможностями распространения новостной продукции на местах, пользующиеся регулярным вниманием со стороны экспертного и бизнес-сообществ, государств, международных организаций [1, с. 19]. Необходимо отметить, что наряду с понятием «глобальные» СМИ, встречаются формулировки «транснациональные», «мировые», «международные» СМИ. Отличительной особенностью «глобальных» СМИ является их способность оказывать существенное влияние на процесс формирования повестки дня и принятия внешнеполитических решений, а порой и определять повестку дня на международной арене. Сегодня под действием глобальных СМИ человечество начало переход в новое состояние – когда виртуальный мир становится равноценен реальному. Уже не важно, было ли событие в реальности, важно, что о нем сообщили глобальные СМИ. Сегодня определенным образом представленные сюжеты или вовсе инсценированные факты легко подменяют реальность. Через них населению регулярно доводят политические установки, которые в большинстве случаев нельзя проверить на предмет их объективности. К примеру, американская администрация умышленно отказывает действующим в Ираке национальным силам сопротивления в праве называться повстанцами и говорит о них исключительно как «боевиках». Объясняя данную условность, экс-министр обороны США До-

нальд Рамсфельд заявил, что «после долгих размышлений он пришел к выводу, что называть боевиков повстанцами значит придавать их деятельности некоторую законность, чего они не заслуживают». Таким образом, «глобальные» СМИ, устанавливая интерпретации тех или иных политических событий, способствуют тому, что в сознании обывателя постепенно формируются взгляды на те или иные события. Необходимо отметить, что эффект закрепления базовых установок настолько велик, что даже в случае изменения субъектом своей позиции с точностью да наоборот все равно останется при навязанном ему первоначальном мнении [3].

Таки образом, сегодня перед исследователями встает один единственный главный вопрос: каков статус «глобальных» СМИ на международной арене и каков потенциал их влияния. В связи с этим, сформировалось два основных подхода: «реалистский» и «либеральный». В рамках первого подхода СМИ рассматриваются как естественное продолжение государственной «мощи», как проводники внешней политики (Л. Эдвардс). В рамках «либеральной» концепции СМИ рассматриваются как полноценные участники международной политической коммуникации [1, с. 19].

Литература

1. Зегонов О. В. Роль «глобальных» СМИ в мировой политике: Автореф. дис. к-та пол-х. наук. М., 2009.
2. Интернет-адрес: <http://www.politex.info/content/view/148/>.
3. Интернет-адрес: <http://edu.grsu.by/conferences/evrika2012/index.php/aktualnye-problemy-pedagogiki/12-shafarevich-n-m-problema-destruktivnogo-vliyaniya-smi-na-soznanie-i-povedenie-cheloveka>.
4. Ракитов А. И. Философия компьютерной революции. М., 1991.
5. Фридман Т. Плоский мир. Краткая история XXI века. М., 2007.

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ УБЫТКОВ В ГРАЖДАНСКОМ ПРАВЕ

А. Г. Брендак

Понятие убытков в гражданском праве рассматривается, прежде всего, в рамках института гражданско-правовой ответственности применительно к такой форме ответственности как возмещение убытков. Убытки при этом выступают следствием правонарушения.

Ключом к пониманию природы убытков является понятие «интерес» (в переводе с латыни «interesse» – «быть между», «составлять разницу») [1, с. 207]. Именно интерес предопределяет принцип полноты возмещения убытков и их компенсационный характер. В чем же он заключается?

Интерес участников гражданских отношений состоит в том, чтобы не только сохранить свое имущественное положение, но и преумножить его. Поэтому в результате возмещения убытков потерпевшее лицо должно быть поставлено не в то положение, в котором оно находилось до правонарушения (это позволяло бы компенсировать только умаление имущества), а в то, в котором потерпевший оказался бы, если бы правонарушение не было совершено. Так, при нарушении договорного обязательства, возмещению подлежит разница между имущественным положением, в котором потерпевшее лицо оказалось после неисполнения или ненадлежащего исполнения договора, и тем, которое имело бы место, если бы должник надлежащим образом исполнил принятое на себя обязательство и кредитор реализовал свой интерес, связанный с данным договорным обязательством. Такой подход к пониманию природы убытков предопределяет выделение в структуре убытков реального ущерба и упущенной выгоды. В действующем Гражданском кодексе Республики Беларусь (далее – ГК) данное деление убытков на два вида закреплено в ст. 14.

ГК не содержит легального определения понятия «убытки». В ст. 14 ГК закрепляется лишь структура и состав убытков. Поиск сущностного определения убытков продолжается в литературе.

О.В. Савенкова предлагает разделить ученых-правоведов, исследующих понятие убытков, условно на три группы [3, с. 7]. Первую группу составляют те, кто рассматривает убытки как нарушенную ценность. На наш взгляд, данный подход не дает ответа на вопрос, каковы критерии уменьшения ценности имущества (определяется умаление ценности исходя из рыночной стоимости вещи или учитывается интерес конкретного лица в отношении вещи). Также непонятно, что понимать под нарушенной ценностью – право, благо, имущество?

Во вторую группу входят авторы, для которых убытки – это нарушенный интерес. Преимущество такого понимания убытков состоит в том, что интерес, определяя ценность вещи исходя из ее полезности (возможности использования) для отдельного лица, позволяет индивидуализировать неблагоприятные последствия для конкретного лица.

Авторы третьей группы рассматривают понятие убытков через категорию «имущество», понимая под убытками уменьшение наличного или умаление будущего имущества, которое появилось бы, если бы не произошло отрицание его возрастания.

Как видно, второй и третий подход позволяет не только определить сущность убытков, но и перейти к их расчету. Но едва ли определение убытков в первом приближении должно содержать правила их расчета. Поэтому предлагаем определить убытки как неблагоприятные имуществ-

венные последствия, возникшие у потерпевшего в результате правонарушения.

Нерешенным в литературе остается вопрос, являются ли убытки натуральным выражением неблагоприятных имущественных последствий, или это их денежная оценка.

Для ответа на данный вопрос обратимся к ст. 14 ГК «Возмещение убытков». Из названия данной статьи и ее контекста следует, что убытки – это те последствия правонарушения, которые подлежат возмещению. Иными словами, ст. 14 ГК определяет убытки как условие ответственности в форме возмещения убытков. При этом убыткам присуща как денежная (произведенные расходы, упущенная выгода), так и натуральная форма (утрата, повреждение имущества). Такой законодательный подход, на наш взгляд, имеет серьезное преимущество, а именно, ориентирует участников гражданского оборота на выявление различных неблагоприятных последствий в имущественной сфере потерпевшего от правонарушения лица.

Исходя из приведенного определения убытков, а также руководствуясь сказанным о денежной и натуральной форме убытков, считаем вполне обоснованным существование двух форм возмещения убытков – денежной и натуральной. Хотя возмещение убытков осуществляется преимущественно в денежной форме, ничто не препятствует тому, чтобы оно осуществлялось в натуральной форме, ведь цель возмещения – ликвидация неблагоприятных последствий.

С учетом сказанного следует критически оценить установленное в ст. 951 ГК «Способы возмещения вреда» противопоставление двух способов возмещения вреда – возмещение вреда в натуре (предоставление вещи того же рода и качества, исправление поврежденной вещи) и возмещение причиненных убытков. Из указанного противопоставления следует, что убытки подлежат возмещению только в денежной форме.

Для полного уяснения содержания понятия «убытки» необходимо определить, каким образом оно соотносится с понятиями «вред» и «ущерб».

Действующее законодательство не позволяет четко разграничить указанные понятия. Термины «вред» и «ущерб» зачастую употребляются как синонимы. Согласно же п. 2 ст. 14 ГК реальный ущерб является составной частью убытков.

В научной литературе также отсутствует единство в употреблении и понимании понятий «вред», «ущерб» и «убытки». Одни авторы проводят разграничение указанных понятий по видам правоотношений, в рамках которых возникает вред (ущерб, убытки): термин «вред» чаще применяется при регулировании так называемых деликтных обязательств, два же

других термина зачастую указывают на существование договорных правоотношений [3, с. 499]. Другие авторы уделяют внимание, прежде всего, форме, в которой происходит возмещение неблагоприятных последствий правонарушения: если возмещение в натуральной форме, то говорят, что речь идет о возмещении ущерба, в денежной форме – убытков (существует и противоположная точка зрения) [4].

На наш взгляд, разграничение указанных понятий следует проводить следующим образом. Вред – это всякое умаление права, блага, как в имущественной, так и в неимущественной сфере (например, права собственности, здоровья). Ущерб – это неблагоприятные последствия в имущественной сфере лица, выражающиеся в потере имущества, в т.ч. денежных средств. При этом убытки, выступающие в качестве условия гражданско-правовой ответственности, тождественны понятию ущерба. Возмещение же убытков как форма гражданско-правовой ответственности предполагает стоимостную оценку вызванных правонарушением неблагоприятных имущественных потерь потерпевшего.

Исходя из понимания вреда, в критической оценке нуждается формулировка ст. 933 ГК, согласно которой вред, причиненный личности или имуществу, подлежит возмещению лицом, причинившим вред. Сам вред, причиненный жизни и здоровью, едва ли можно возместить. Только неблагоприятные имущественные последствия (убытки), вызванные причинением вреда жизни и здоровью, могут быть компенсированы в денежной форме (утраченный заработок, расходы на лечение и т.д.). Поэтому правильнее в данном случае говорить о возмещении убытков, вызванных причинением вреда имуществу или личности.

Что же касается возмещения морального вреда, то о «возмещении» здесь можно говорить лишь очень условно [5]. Присуждаемая потерпевшему денежная сумма не устраняет причиненные потерпевшему физические и нравственные страдания. Способом компенсации убытков данная сумма также не является. Скорее она выступает своеобразной формой удовлетворения лица от того, что справедливость восторжествовала.

Итак, применительно к институту гражданско-правовой ответственности, убытки – это неблагоприятные последствия в имущественной сфере потерпевшего от правонарушения лица. Данные последствия могут иметь денежную и натуральную форму выражения. Возмещение убытков как форма гражданско-правовой ответственности представляет собой стоимостную оценку неблагоприятных последствий в имущественной сфере потерпевшего лица.

Литература

1. *Новицкий И. Б.* Римское частное право: учебник / И. Б. Новицкий, И. С. Перетерский. Москва: Юриспруденция, 2000. С. 441.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 № 218-З // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
3. Убытки и практика их возмещения: сборник статей / М. А. Рожкова: Исследовательский центр частного права; ответственный редактор. Москва: Статут, 2006. С. 620.
4. *Вербицкая И. К.* Понятие и юридическая природа убытков / И.К. Вербицкая // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
5. *Брагинский, М. И.* Договорное право. Кн. 1 Общие положения / М.И. Брагинский, В. В. Витрянский. Москва: Статут, 2000. С. 636.
6. *Садиков О. Н.* Убытки в гражданском праве Российской Федерации / О. Н. Садиков: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. Москва: Статут, 2009. С. 219.
7. *Липень И. М.* Институт возмещения убытков через призму интересов должника / И. М. Липень // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.

ПРАВОВОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ

Д. В. Бурдук

В Республике Беларусь до настоящего времени отсутствует надлежащая правовая основа для развития сельскохозяйственной кооперации. На данную проблему указывают такие белорусские исследователи в области аграрного права как Н. В. Сторожев [8], И. П. Кузьмич [4, 5], А. М. Вартамян [1]. Единственный вид сельскохозяйственного кооператива, получившего законодательное закрепление, связан с деятельностью колхозов, правовой статус которых не претерпел принципиальных изменений по сравнению с советским законодательством и вступает в явное противоречие с нормами Гражданского кодекса о производственных кооперативах. Принципиальные различия заключаются в том, что для членства в колхозе не требуется внесения паевого взноса, имущественную основу колхоза составляют неделимые фонды, отсутствует субсидиарная ответственность членов по долгам колхоза. Особый правовой статус имеет председатель колхоза, кандидатура которого должна быть согласована с районным исполнительным и распорядительным органом, а после избрания с ним заключается трудовой договор (контракт), который подписывается с одной стороны, председателем колхоза, а с другой, председателем райисполкома. Указанные нормы противоречат действующему трудовому и гражданскому законодательству, нарушают принципы демократического управления в кооперативах и ставят под

сомнение возможность реализации такого основополагающего принципа, как автономия и независимость кооперативов. В данном случае полностью игнорируется правовой статус колхоза как коммерческой организации частной формы собственности [5, с. 348].

Наиболее остро противоречия норм ГК о кооперативах и специального законодательства о колхозах прослеживаются при рассмотрении вопроса правового режима их имущества. В отличие от требований ст. 109 ГК, где сказано, что имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи, в Примерном уставе колхоза отсутствует положение о делении имущества колхоза на паи членов. Также не указывается в качестве обязанности члена колхоза внесение паевого или иного взноса. Кроме того, в колхозе отсутствует субсидиарная ответственность членов по долгам колхоза.

В имуществе колхоза различают делимый (долевой) и неделимый фонды. Неделимый фонд составляют основные и оборотные средства. Неделимый фонд не подлежит распределению между членами колхоза и используется по целевому назначению по решению общего собрания членов колхоза [7]. Образование же долевого фонда является правом, а не обязанностью колхоза. В соответствии с п. 23.4 Примерного устава колхоза колхоз имеет право в целях заинтересованности членов колхоза в улучшении использования фондов, повышения экономической эффективности производства часть вновь создаваемых за счет собственных средств основных фондов зачислять в специальный фонд – долевой фонд членов колхоза [7].

Как отмечалось ранее, Примерный устав колхоза не содержит обязанность членов колхоза вносить имущественный паевой взнос. Учитывая, что п. 12.3 Примерного устава колхоза содержит право члена колхоза получать в колхозе долю дохода (прибыли) или продукции, подлежащих распределению на его денежные и имущественные взносы, необходимость совершения таких взносов членами колхоза предполагается. Однако в соответствии с п. 23.3 Примерного устава колхоза денежные и имущественные взносы членов колхоза могут привлекаться только на добровольной основе, что противоречит положениям ст. 107 ГК, в соответствии с которой внесение имущественного паевого взноса является обязанностью участника производственного кооператива [1, с. 72].

Еще один вопрос, который заслуживает отдельного рассмотрения – имущественные права членов в отношении имущества кооператива. В соответствии с ГК Республики Беларусь производственные кооперативы относятся к тем юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права. Важным является то обстоятельство, что Примерный устав колхоза определяет обязательственные права чле-

нов колхоза в отношении долевого фонда только в случае выхода члена колхоза на пенсию. При выходе на пенсию за членом колхоза пожизненно сохраняется его часть в долевом фонде, на которую начисляются проценты, или по желанию члена колхоза выплачивается денежная сумма в размере стоимости его части долевого фонда (п. 23.4). Во всех остальных случаях он не определяет обязательственных прав в отношении имущества колхоза, долевого фонда, а это равнозначно отсутствию обязательственных прав [1, с. 79].

Необходимо обратить внимание на то, что в соответствии с пунктом 1 Указа Президента Республики Беларусь от 2 февраля 2001 г. № 49 «О некоторых вопросах организационно-правового обеспечения деятельности колхозов» колхоз следует рассматривать лишь в качестве одного из видов сельскохозяйственных производственных кооперативов, поэтому в сельском хозяйстве производственные кооперативы могут создаваться не только на основе норм Примерного устава колхоза, но и соответствующих норм Гражданского кодекса о производственных кооперативах, и в данном случае их правовое положение будет существенным образом отличаться [8, с. 407]. Вышеприведенный анализ позволяет сделать вывод, что в настоящее время для граждан наиболее приемлемым является создание сельскохозяйственных кооперативов, не являющихся колхозами. Таким образом, нормы Примерного устава колхоза не позволяют создать сельскохозяйственный производственный кооператив на современном этапе, а применяются лишь к уже существующим хозяйствам.

Помимо ГК нормы Примерного устава колхоза не соответствуют нормам других отраслей права, в частности земельного права. Примерный устав колхоза закрепляет за членами колхоза право пользоваться колхозными пастбищами, а колхоз, в свою очередь, обеспечивает своих членов пастбищами. В то же время в соответствии со ст. 30 Кодекса Республики Беларусь о земле предоставление земельных участков для сенокосения и выпаса сельскохозяйственных животных является исключительной компетенцией сельских и поселковых исполнительных комитетов [3].

Кроме того в примерном уставе колхоза при определении имущества колхоза используются термины «основные фонды» и «оборотные средства», что не соответствует Закону Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности», в котором употребляются такие понятия как «активы», «пассивы» и «капитал» [6].

Таким образом, существенные различия между нормами примерного устава колхоза и нормами ГК о производственных кооперативах ставят под сомнение отождествление колхоза с формой производственного

кооператива [4, с. 5]. В сложившейся ситуации представляются возможными два способа решения этой проблемы: нормы Указа Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах организационно-правового обеспечения деятельности колхозов» привести в строгое соответствие с нормами ГК Республики Беларусь о производственных кооперативах, либо в ГК Республики Беларусь среди коммерческих организаций предусмотреть еще одну самостоятельную организационно-правовую форму юридического лица – коллективное хозяйство (колхоз), со всеми присущими ему отличительными признаками.

Кроме того, проблемные вопросы правового положения производственных кооперативов и колхозов свидетельствуют о необходимости принятия Закона «О сельскохозяйственной кооперации», который позволит придать законодательству о производственных кооперативах системность и выстроить иерархию нормативных правовых актов, определяющих правовое положение производственных кооперативов; более детально регулировать правовое положение производственных кооперативов с момента их образования и до реорганизации или ликвидации; устранить пробелы и противоречия в правовом регулировании такой организационно-правовой формы коммерческих организаций как производственный кооператив.

Литература:

1. *Вартанян А. М.* Правовое положение производственных кооперативов в Республике Беларусь: монография / А.М. Вартанян. Гродно: ГГАУ, 2011. С. 224.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-3 (с изм. и доп.) // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
3. Кодекс Республики Беларусь о земле, 23 июля 2008 г.: с изм. и доп. // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
4. *Кузьмич И. П.* Сельскохозяйственный производственный кооператив как организационно-правовая форма ведения сельскохозяйственного производства: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук / И. П. Кузьмич: Национальная академия наук Беларуси, Институт государства и права. Минск, 2002. С. 20.
5. *Кузьмич И. П.* Современные проблемы развития аграрного законодательства Республики Беларусь / И.П.Кузьмич // Актуальные проблемы правового регулирования аграрных, земельных отношений, природопользования и охраны окружающей среды в сельском хозяйстве: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 31 марта 2010 г./ Российский университет дружбы народов, Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А.Тимирязева; отв. ред. Г. Е. Быстров, В. Ф. Понька. М.: РУДН, 2010. С. 345–352.
6. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь, 18 окт. 1994 г., № 3321-ХП: в ред. Закона Респ. Беларусь, 25 июня 2001 г., № 42-3 // Нац. реестр

- правовых актов Респ. Беларусь. 2001. № 63. 2/ 785; 2004. № 77. 2/1027; 2007. № 4. 2/1285; 2008. № 3. 2/1399.
7. О некоторых вопросах организационно-правового обеспечения деятельности колхозов: Указ Президента Респ. Беларусь, 2 февр. 2001 г. № 49 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2001. № 15. 1/2020; 2002. N 82. 1/3856; 2004. N 120. 1/5713; 2009. N 27. 1/10431; 2009. N 159. 1/10814; Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.01.2013, 1/13981.
8. *Сторожев Н. В.* О правовых гарантиях защиты кооперативной природы колхозов // Юридическая наука и образование в Республике Беларусь на рубеже XX–XXI веков: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Гродно, 22–23 апр. 1998 г. / Гродн. гос. ун-т. Гродно, 1998 г. С. 406.

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ГЕНДЕРНОЙ ПРОБЛЕМАТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Л. Г. Волина

Развитие гендерных исследований и их результаты свидетельствуют о том, что рассмотрение любой социальной проблемы без учета гендерной составляющей неполно и односторонне. Появление новых научных парадигм и теорий, как правило, вызвано необходимостью переосмысления изменившейся действительности, когда старые категории и методы изучения общественных явлений оказываются уже малопригодными.

Комплексный анализ гендерных исследований позволяет систематизировать информацию, рассредоточенную по разным источникам, с тем, чтобы составить целостную картину существующих в обществе гендерных проблем и максимально полное представление о потенциале их решения. Комплексные гендерные исследования являются основой для активной информационно-просветительской работы в обществе, гендерного образования, гражданских инициатив по решению гендерных проблем.

К тому же, от того, какие конкретно гендерные проблемы ставятся, обсуждаются и исследуются, во многом зависит, как реализуется политика в каждой отдельной стране. Ключевым вопросом формирования гендерной политики является формулирование гендерных проблем – «власть над определением проблемы и ее построение». В первую очередь, важна позиция государственных, гражданских институтов и общества в целом, «каковы причины гендерного неравенства» и «в какой мере оно рассматривается как проблема» [1, с. 25].

Отечественные гендерные исследования находятся на этапе своего становления: данный процесс носит фрагментарный, циклический и незавершенный характер. В связи с этим выделение этапов в развитии белорусских гендерных исследований достаточно сложно. Представляется, что для характеристики гендерных исследований в Республике Беларусь

необходимо применить анализ по содержательным критериям, обусловленным спецификой гендерных исследований.

Гендерные исследования носят междисциплинарный характер, поскольку ведутся в рамках различных наук, в связи с чем наблюдается многоаспектность и широкий диапазон гендерной проблематики. Так, в глоссарии О. А. Ворониной гендерные исследования определяются как «научный междисциплинарный подход к анализу гендерной системы и гендерных отношений» и в более широком смысле – «применение гендерного подхода для исследования социальных, культурных, политических и экономических феноменов и процессов» [2].

Предмет гендерных исследований обладает спецификой, основанной на тезисе о том, что гендер затрагивает «психологические, социальные и культурные особенности» женщин и мужчин [3, с. 9, 10]. Иными словами, гендер присутствует, конструируется и воспроизводится во всех социальных процессах и, как следствие, все аспекты жизнедеятельности общества могут иметь гендерное измерение.

Исходя из междисциплинарности гендерных исследований, а также содержания понятия «гендер», для структурирования гендерных проблем предлагается использовать в качестве критерия область научного исследования. Данный критерий позволяет выявить, в рамках каких наук и по каким проблемам проводятся гендерные исследования, результаты которых имеют значимость для процесса реализации гендерной политики. Таким образом, разнообразие гендерных проблем можно представить в следующем виде.

Исследуются в рамках истории: периодизация гендерных исследований; методология исторического анализа; история гендерных отношений; женские образы в истории.

Философии: этапы развития гендерной теории; феминизм как методология; феминистская ревизия классической философии; философский анализ гендерного равенства; гендерный анализ культуры; феминизм как методология.

Культурологии: гендерная субкультура; гендерные отношения; гендерные стереотипы; гендерная самоидентификация человека и общества; гендерная классификация общества и культуры.

Социологии: гендерные отношения; гендерные роли; гендерные стереотипы; гендерная социализация; гендерная идентичность; гендерное образование; мужские исследования; социология семьи с точки зрения гендера.

Экономической теории: профессиональная сегрегация; дискриминация в сфере занятости; гендерная асимметрия экономических институ-

тов и структур; гендерный анализ экономической активности; рынка труда; оплаты труда, безработицы, системы социального обеспечения.

Психологии: гендерные концепции в психологии; психологический пол; гендерные отношения; гендерная идентичность; гендерные стереотипы.

Юриспруденции: развитие прав женщин в историческом аспекте; гендерное равенство; гендерная дискриминация; женщины и дети под защитой международного гуманитарного права; право женщин на достоинство, личную неприкосновенность; права женщин в экономической и социальной сферах; права женщин в политической сфере; торговля женщинами; гендерный анализ и экспертиза национального и международного законодательства.

Политологии: методология и теория феминизма; категориально-понятийный аппарат гендерных исследований; факторы гендерных процессов; гендерная политика; институты государства и гражданского общества; правовые механизмы; гражданские инициативы; паритетная демократия; гендерная экспертиза государственных решений и мероприятий; гендерная статистика; гендерный бюджет; гендерный анализ электорального поведения, избирательного процесса, властных отношений, конфликтов, мировой политики, глобализационных процессов.

Основные проблемы, которым посвящены гендерные исследования в политической науке, можно структурировать, исходя из предметной классификации политологии, составленной Международным коллоквиумом по вопросам содержания и структуры политической науки (ЮНЕСКО, Париж, 1948):

- политическая теория (теория политики и история политических идей);
- теория публичных (государственных) институтов, их структуры и формы функционирования;
- теория политического участия и давления граждан (партии, групповые объединения, общественное мнение);
- теория международных отношений (международных организаций и мировой политики) [4, с. 11].

На постсоветском пространстве гендерная проблематика изучается такими исследователями, как С. Г. Айвазовой, А. Е. Баллаевой, С. М. Виноградовой, Г. А. Брандт, Н. Григорьевой, Е. А. Здравомысловой, А. А. Темкиной, Е. В. Кочкиной, М. М. Кириченко, Е. В. Кудряшовой, Н. Н. Кукаренко, Г. И. Осадчей, С. В. Полениной, Т. Б. Рябовой, Г. Г. Силласте, Н. М. Степановой, С. А. Ушакиным, Т. Ю. Ушаковой, Н. А. Шведовой.

Также следует отметить белорусских ученых, занимающихся гендерными исследованиями: С. Бестужеву, О. В. Бодакову, С. Бурову, Е. Гапову, Г. И. Шатон, И. А. Чуткову, А. Ус, А. Усманову, Е. В. Ермакову, Т. Д. Ермоленкову, Е. Н. Захватаеву, Л. В. Зинченко, Л. Титаренко, О. М. Рощинскую, И. Р. Чикалову, Т. Н. Юдину, З. Юк.

В Беларуси гендерные исследования еще не поставлены на систематическую основу, носят фрагментарный характер. В отечественной науке наиболее полно гендерные исследования проводятся в рамках истории и социологии; в контексте системы прав человека изучаются права женщин в юриспруденции. В политологии внимание уделяется преимущественно анализу участия женщин в политической и общественной деятельности, гендерного дисбаланса в органах государственной власти, исследованию женских общественных объединений, а также изучению феминизма как идеологии и социально-политического движения. При этом недостаточно исследуются существующие в обществе гендерные проблемы, а также конкретные механизмы и инструменты их решения.

Одна из особенностей отечественных гендерных исследований состоит в том, что основная часть работ посвящена изучению женской проблематики. Уровень развития отечественных гендерных исследований можно сопоставить с первым этапом в странах Запада, когда, используя гендерный подход и категориальный аппарат, исследователи уделяли основное внимание изучению женского опыта, статуса и проблем.

Таким образом, содержание понятия «гендер» и междисциплинарный характер гендерных исследований определяют разнообразие гендерной проблематики, а также объясняют тот факт, что ее изучение ведется в рамках философии, социологии, экономики, истории, психологии, политологии, юриспруденции и других наук.

Гендерные исследования в Республике Беларусь по-прежнему остаются преимущественно исследовательским проектом, который позволяет преодолеть догматизм и традиционализм классических наук. Вместе с тем, в научном сообществе постсоветских стран сохраняется скептическое отношение к изучению гендерных вопросов, что во многом связано с отождествлением феминистических и гендерных исследований и негативным отношением к термину «феминизм».

Представляется, что включение гендерного дискурса в ряд традиционных наук будет способствовать его развитию и признанию в научном сообществе, поскольку гендерный подход предлагает новый взгляд на старые проблемы, новые методы их исследования и новые перспективы.

Литература

1. Вудвард Э. Е. Как достичь гендерного баланса. Страсбург, 2003.
2. Интернет-адрес: <http://www.gender.ru/index.php?id=2&subid=3>.

3. Введение в гендерные исследования / Под общ. ред. И. В. Костиковой. М., 2005.
4. Дегтярев А. А. Основы политической теории. М., 1998.

ФІЗІЯКРАТЫЗМ – АСНОВА РЭФАРМАВАННЯ ГРАМАДСКАГА ЛАДУ

А. І. Голубева

Школа фізіякратаў узнікла ў Францыі. Тэорыі фізіякратаў распрацоўваліся таксама ў Італіі, Вялікабрытаніі, Германіі, Швецыі і інш. Заснавальнік кірунку фізіякратаў – Ф. Кенэ, асноўныя прад-стаўнікі – П. С. Дзюпон дэ Немур, В. Мірабо, Г. Летрон, П. Мерсье дэ ла Рыўер. Філасоўская аснова вучэння фізіякратаў – ідэя натуральнага права. У процівагу меркантилізму фізіякраты лічылі, што асноўнае багацце дзяржавы паходзіць з вытворчасці, найперш сельска-гаспадарчай, а не з грашовага абарачэння. Фізіякраты адстойвалі ідэю неўмяшання дзяржавы ў эканоміку, крытыкавалі спробы ўлады рэгуляваць прамысловасць, асабліва з дапамогай падаткаабкладання. Філасофскай асновай вучэння фізіякратаў было натуральнае права. Фізіякраты лічылі, што асноўнае багацце дзяржавы складае сельская гаспадарка.

У другой палове XVIII стагоддзя на тэрыторыю Беларусі пачалі пранікаць навукова-філасофскія ідэі заходнееўрапейскіх асветнікаў Ф. Вальтера, Ж. Ж. Руссо, Д. Дзідро, Р. Децарта і іншых. Разам з ідэалогіяй французскіх мысліцеляў фізіякратызм атрымаў шырокае распаўсюджванне ў Беларусі [2; 3].

Фізіякраты выступалі супраць прыгоннага права і даказалі неабходнасць капіталістычнага спосабу вядзення сельскай гаспадаркі. Найбольш знакамітымі прадстаўнікамі фізіякратызму таго часу былі І. Страйноўскі, І. Храптовіч і А. Тызенгаўз [2, с. 96–99]. Яны вызначалі асноўныя ў Беларусі напрамкі рэфармавання дзяржавы і грамадства, прававой сістэмы.

Прыхільнікам ідэі натуральнага парадку выступаў І. Страйноўскі, які разумеў пад ім адзінства фізічнага і маральнага парадку, законаў прыроды і грамадства. І. Страйноўскі паслядоўна абгрунтаваў залежнасць шчасця народа і разумнае грамадскае ўпарадкаванне ад узроўню адукаванасці насельніцтва. Ён адстойваў праграму прагрэсіўнага шляхецкага буржуазнага блоку, зацікаўленага ў правядзенні неабходных сацыяльна-палітычных рэформ [1, с. 416–417]. У сваёй працы «Навука аб прыродным і палітычным праве, палітычнай эканоміі і праве народаў» ён выклаў тэарэтычныя асновы буржуазнага грамадства, паказваючы сябе прыхільнікам асабістай свабоды, прыватнай уласнасці, наёмнай працы.

Асновай сацыяльнай канцэпцыі І. Страйноўскага было вучэнне пра натуральны парадак рэчаў і як вынік яго – натуральнае права. Людзі, на яго думку, могуць быць шчаслівымі толькі праз глыбокае пазнанне і поўнае захаванне гэтага права; адыход чалавека або грамадства ад дакладных і разумных законаў прыроды непазбежна выклікае «пакаранне».

Больш поўнае ўяўленне пра светапогляд І. Храптовіча даюць яго творы «Пра штогодняе аднаўленне краіны» і «Пра натуральнае права». Асэнсоўваючы грамадскае жыццё, ён адзначыў наяўнасць у ім «натуральнага парадку», які ўстанаўлівае правы і абавязкі ўсіх членаў грамадства. Для падтрымкі такога парадку ў супольным жыцці заключаюцца дагаворы. Чым бліжэй закон да натуральнага права, тым больш ён справядлівы. У цэнтры ўсяго знаходзіцца чалавек з яго патрэбамі, інтарэсамі, правамі і абавязкамі. Паколькі задавальненне патрэб чалавека магчыма толькі ў грамадстве, то кожны павінен лічыцца з патрэбамі іншых членаў грамадства. Але людзі значна адрозніваюцца адзін ад аднаго сваім маёмасным становішчам. І тым не менш, як вынікае з натуральнага парадку рэчаў, кожны павінен працаваць на тым месцы, якое яму натуральна наканавана, не імкнучыся пранікнуць у закрытую для яго сферу [1, с. 456–457]. Маральны парадак Храптовіч ставіў у залежнасць ад фізічнага парадку прыроды. Маральныя законы цалкам адпавядаюць таму, што карысна і неабходна чалавеку ў яго жыцці. Тэарэтычная і практычная дзейнасць І. Храптовіча набыла шырокую вядомасць як на радзіме, так і за мяжой.

Праведзеныя А. Тызенгаўзам аграрныя пераўтварэнні згодна з яго планам хоць і павялічылі на першых парах даход у каралеўскі скарб, але разам з тым выклікалі моцны пратэст сялянства. Падданае насельніцтва, якое на працягу даволі доўгага часу мела пэўную эканамічную свабоду (за карыстанне зямлёй плаціла толькі чынш), успрыняла як цяжар перавод на паншчыну [3, с. 163]. Такая перамена спосабу гаспадарання не стала стымулам для эканамічнага развіцця сталовых маёнткаў у другой палове XVIII ст.

Галоўнымі ўмовамі рэфармавання грамадства фізіякраты лічылі ўвядзенне ў дзеянне законаў, якія заснаваны на натуральным праве, і забяспечванне высокага ўзроўню адукаванасці насельніцтва. Галоўным багаццем яны лічылі зямлю, а самай прадукцыйнай працай лічылі працу земляробаў. Таму яны і вуступалі супраць прыгоннага ладу, які стрымліваў развіццё сельскай гаспадаркі. Фізіякраты прытрымліваліся тэорыі натуральнага права і дагаворнага паходжання дзяржавы.

Літаратура

1. Асветнікі зямлі Беларускай: Энцыкл. Даведнік / Рэдкал.: Г.П. Пашкоў і інш. Мінск : БелЭн, 2001. С. 496.
2. *Вішнеўская І. У.* Гісторыя палітычнай і прававой думкі Беларусі. Мінск: Тэсей, 2004. С. 271.
3. *Шалькевіч В. Ф.* Гісторыя палітычнай і прававой думкі Беларусі. Мінск: Маладзёжнае навуковае супрацоўніцтва, 2002. С. 248.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Е. А. Грищенко

Безопасность – сложнейшее явление общественной жизни, представляющее собой состояние защищенности жизненно важных интересов общества от угроз, представляющими противоположно направленные интересы. Обеспечение безопасности есть деятельность субъекта обеспечения, направленная на установление необходимого баланса интересов и поддержание такого состояния.

Современное общество все чаще именуется информационным. Информационная сфера прочно укоренилась в общественной жизни и продолжает развиваться. Как отмечают М.В. Мясникович и В.В. Пузиков, информационная безопасность является системо-образующим фактором для иных видов безопасности. [1, с. 336] Данный прогресс дал толчок к появлению и развитию информационной сферы безопасности и необходимости ее обеспечения. Такие государства как Франция, Литва, Украина, уже закрепили концептуальные основы обеспечения информационной безопасности в системообразующих документах в области обеспечения безопасности [2, с. 129].

Ряд государств (Россия, США) можно назвать практиками в области обеспечения безопасности. Так, например, в США уже в 1994 году в докладе Объединенной комиссии по безопасности говорилось: «Уже признано, что сети передачи данных превращаются в поле битвы будущего. Информационные технологии позволят обеспечить разрешение геополитических кризисов, не производя ни единого выстрела. Наша политика обеспечения национальной безопасности должна быть направлена на защиту наших возможностей по ведению информационных войн». [2, с. 131] Способы и силы информационного противоборства американские специалисты объединили понятием «стратегическая коммуникация». Ее основные инструменты:

- публичная дипломатия – информирование международной общественности, установления и поддержание контактов в сфере образования и культуры с целью формирования привлекательного образа страны;

- международное вещание – деятельность служб, финансируемых правительством США, направленная на распространение программ публичной дипломатии;
- психологические операции, проводимые с использованием СМИ, – мероприятия по доведению специально подготовленной информации и психологических установок объекту воздействия с целью принятия им благоприятных для США решений [2, с. 134].

Яркий пример реализации последнего способа – освещение в прессе конфликта в Южной Осетии в августе 2008 года, когда мировой общественности Россия в СМИ представлялась как страна-агрессор, которая ввела свои войска на территорию Грузии и наносила авиа-удары по мирным городам. О развитии деятельности служб США в данной сфере также свидетельствуют последние проведенные учения под кодовым названием «Cyber Storm» в 2006, 2008 и 2010 гг. [2, с. 138].

В Российской Федерации активно развивается нормативная и научно-методологическая база по обеспечению информационной безопасности, однако в качестве угроз российские специалисты отмечают несовершенство законодательства в данной сфере. Также среди выделенных угроз следует отметить:

- попытки формирования негативного имиджа России на международной арене;
- дискредитацию органов государственной власти;
- информационную поддержку сепаратизма на Северном Кавказе;
- нехватка квалифицированных кадров.

Помимо развития законодательства и концептуальных основ Россия ведет активную политику в области решения проблем в области международной информационной безопасности в рамках ООН и ОДКБ. В ноябре 2009 г. состоялись первые официальные консультации по МИБ в Вашингтоне между РФ и США с участием экспертов из ООН. В 2008 году решением СКБ ОДКБ была утверждена Программа совместных действий по формированию системы информационной безопасности. Активно развивается политика совместного противодействия угроз информационной безопасности стран ОДКБ [2, с. 147–148].

Все это свидетельствует о необходимости создавать и совершенствовать систему обеспечения информационной безопасности государства. Информационная сфера безопасности достаточно специфична. Помимо тесной связи с другими сферами в силу ее системообразующего характера, например, идеологической, военной и т.д., информационная сфера безопасности имеет 2 аспекта ее обеспечения: технический и держательный.

Техническая сторона обеспечения информационной безопасности имеет только материальное выражение. Она заключается в защите информации на электронных и иных носителях от негативного воздействия на него, радиолокационном противоборстве, обеспечению бесперебойной работы систем хранения, обмена и обработки информации – т.е. техническое воздействие.

Гораздо сложнее дело обстоит с содержательной стороной. Она заключается в сохранении важнейших свойств информации, определяющих ее ценность и содержание: актуальность, достоверность, полнота, а также информация должна быть понятной и полезной. Воздействие информации на сознание человека достаточно велико. В процессе всей жизни на человека оказывают влияние бесчисленные потоки информации, которые формируют его мировоззрение, определяют цели и мотивы деятельности. Несомненно, в силу данной важности информации для жизни общества, а также усиливающейся деятельности иностранных государств в данной сфере, необходимо уделить данному вопросу особое внимание. Одной из сложностей обеспечения данного аспекта, помимо огромного количества информационных потоков, является скрытый характер воздействия информации, в силу чего сложно пресекать негативное информационное воздействие.

В Республике Беларусь правовую основу системы обеспечения информационной безопасности составляют Конституция и Концепция национальной безопасности Республики Беларусь. Статья 34 Конституции закрепляет права граждан, связанные с информацией, а статьи 2 и 21 определяют права граждан высшей ценностью и целью государства, т.е. государство является основным субъектом обеспечения информационной безопасности. Однако статья 23 устанавливает возможность ограничения прав граждан в интересах национальной безопасности, что говорит об установлении баланса между интересами граждан и государства в информационной сфере. Возможность ограничения прав в информационной сфере содержит и статья 34 [3]. Концепция национальной безопасности содержит перечень угроз национальной безопасности, в т.ч. и в информационной сфере, а также направления деятельности по их нейтрализации [4]. В Республике приняты ряд законов в данной области, в том числе Законы «О средствах массовой информации», «О государственных секретах», «Об информатизации, информации и защите информации». Создана система государственных органов по обеспечению информационной безопасности, основу которой составляют Оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь и Комитет государственной безопасности Республики Беларусь.

Анализ законодательства в сфере обеспечения информационной безопасности позволяет говорить о высоком уровне развития соответствующей системы обеспечения безопасности, однако, основное внимание уделяется техническому аспекту информационной безопасности. В настоящее время в средствах массовой информации усиливается влияние зарубежных источников, что не может не сказаться на достоверности получаемой информации. Существует проблема в некоем «противоборстве» негосударственных общественно-политических изданий, материалы которых носят открыто негативный, а то и вовсе тенденциозный характер; практически не освоены «блогосфера» и интернет форумы – все это свидетельствует о необходимости усиления системы обеспечения информационной безопасности в ее содержательном аспекте.

Выходом из данной ситуации, на наш взгляд, может оказаться тесное сотрудничество со странами-участницами МИБ в рамках ООН и ОДКБ, участие в создании единого информационного пространства, а также создание собственной системы соответствующих органов обеспечения информационной безопасности, а также разработки комплекса превентивных, оперативных и восстановительных мер, направленных на обеспечение содержательной стороны информационной безопасности.

Литература

1. Мясникович М. В., Пузиков В. В. Национальная безопасность Республики Беларусь. Современное состояние и перспективы. Минск, 2003.
2. Зась С. В. Национальная безопасность Республики Беларусь. Минск, 2011.
3. Конституция Республики Беларусь 1994 года: с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.
4. Указ Президента Республики Беларусь от 9 ноября 2010 г. № 575 «Об утверждении Концепции национальной безопасности Республики Беларусь, в ред. от 30 декабря 2011 г.

НАРМАТЫЎНАЯ РЭГЛАМЕНТАЦЫЯ ПАЛЯВАННЯ НА БАБРОЎ У ВЯЛКІМ КНЯСТВЕ ЛІТОЎСКІМ

І. А. Доўнар

Адной з самых старажытных формаў гаспадарчай дзейнасці чалавека з'яўлялася паляванне – здабыча дзякіх звяроў і птушак з мэтай забеспячэння свайго існавання. Узровень развіцця вытворчасці і віды паляўнічай зброі (сродкі паляўніцтва) вызначалі аб'екты і спосабы палявання. Паступова ўдасканалваюцца паляўнічыя прылады і прыстасаванні (лоўчыя ямы, пасткі, петлі, сеткі, сілкі і інш.), акрамя калектыўных, пачынаюць выкарыстоўвацца групавы і індыўідуальныя

від палявання, заснаваны на ведах нораваў, звычай і паводзін звяроў. З цягам часу ўдасканалваецца зброя, у тым ліку наканечнікі стрэл.

У сувязі з тым, што некаторыя воласці спецыялізаваліся на паляванні на баброў, узнікае катэгорыя сялян-баброўнікаў, якія займаліся не толькі паляваннем на баброў, але і наглядам за баровымі гонамі, а таксама іх аховай. Акрамя асноўнай службы выконвалі дадатковыя павіннасці – плацілі чынш, хадзілі на талокі, нарыхтоўвалі сена і інш. Яны падпарадкоўваліся спецыяльнай службовай асобе – баброўнічаму. Баброўнікі мелі вызнога каня, паляўнічых сабак і лоўчыя прылады (сеткі і інш). Паводле “Установы аб людзях пахожых” 1551 г. павіннасць лавіць баброў была пашырана і на вольных сялян. За сваю працу баброўнікі мелі плату ў залежнасці ад выслугі, месца службы і жыхарства і іншых абставін. Як правіла, пры паляванні на баброў у якасці платы яны атрымлівалі кожнага пятага бобра, або падчарэўе кожнага здабытага звера, або 1–3 грошы. Яны мелі права на ўласную гаспадарку і зямельны надзел, які ў 16 ст. складаў каля адной валокі зямлі. З цягам часу зямельны надзел значна паменшыўся. У сувязі з драпежніцкім знішчэннем баброў у 18 ст. асобная катэгорыя сялян-баброўнікаў знікае.

У старажытны перыяд паляванне на баброў рэгламентавалася звычайным правам, асновай якога былі у значнай меры нормы маралі. Аднак у сувязі з тым, што бабровыя скуры вельмі цаніліся ва ўсіх краінах, з’яўляліся мерай абмену і продажу тавараў, дзяржава пачынае заканадаўчым шляхам рэгламентаваць парадак палявання на баброў. Так, Статут 1529 г. устанаўлівае значны штраф за незаконнае паляванне на баброў, прычым не толькі за забойства і крадзеж бобра, але і за пашкоджанне бабровых гонаў і нават за стварэнне перашкод бабрам і выгнанне іх з месцаў пражывання. Так, калі хто-небудзь выгнаў бобра са свайго месца ў выніку таго, што зямлю араў, “або лозу падрубал”, ці сенажаць падкасіў на адлегласці як “от зеремени кием докинути”, павінен быў заплаціць грашовы штраф у памеры дванаццаць рублёў грошаў (р. IX, арт. 9). Гэта прытым, што закон рэгламентаваў кошт зубра ў такім жа па меры. Параўнальна – кошт каня вызначаўся ў тры рублі грошаў (р. IX, арт. 9). За забойства ж бобра вызнаўся вельмі значны штраф у наступным памеры: “за карого копа грошей, за чорного две копе грошей” (р. IX, арт. 9).

Вызначалі парадак палявання і іншыя нарматыўныя акты Вялікага Куняства Літоўскага. Так, пад час зямельнай рэформы, як вынікае з Уставы на валокі 1557 года, баброўнікі ў дзяржаўных уладаннях адрознівалі ад сялян-слуг тым, што не мелі вольных ад падаткаў валок, а плацілі грашовы падатак як чыншавікі, за выключэннем 30 грошаў

асаднага, за якія былі абавязаны трымаць сабак і мець сеткі для лоўлі баброў. Пазней баброўнікі выконвалі службу з вольнага зямельнага надзела.

Статут 1566 года паўтарыў палажэнні папярэдняга Статута 1529 года аб ахове бабровых гонаў. Аднак новы закон надаў больш значную ўвагу ахове прыроды і жывельнага свету. Так, упершыню рэгламентавалася крымінальная адказнасць за прычынне лясных пажараў, прычым заканадаўца паставіўся вельмі жорстка ў адносінах да гэтага пытання. З аналізу арт. 17 дзесятага раздзела вынікае, што нават “недбальства”, калі людзі “стоявши на пуши станом огню на стане своем не загасили”, каралася смерцю.

Пазней заканадаўца зразумеў, што ўстанавіў неапраўдана жорсткія санкцыі ў адносінах пажараў, таму паводле Статута 1588 года вызваліліся ад адказнасці тыя асобы, хто выпадкова ўчыніў лясны пажар. За наўмыснае ж учыненне пажару закон рэгламентаваў кампенсацыю шкоды з маёмасці правапарушальніка (р.Х, арт.17) У той жа час павялічвалася грашовая адказнасць за забойства баброў – “за чорного бобра чатыри копы грошей, за карого – две копе грошей” (р. Х, арт. 9).

Літаратура

1. Вялікае княства Літоўскае: Энцыклапедыя. У 2 т. Т.1 Мінск: БелЭН, 2005. С. 688.
2. Статут Великого Княжества Литовского 1529 года. Минск: Издательство Академии наук БССР, 1960. С. 254.
3. Статут Вялікага княства Літоўскага 1566 года / Т. І. Доўнар, У. М. Сатолін, Я. А. Юхо; рэдкал. Т. І. Доўнар [і інш.]. Мінск: Тэсей, 2003. С. 352.
4. Статут Вялікага княства Літоўскага 1588: Тэксты. Давед. Камент. / Беларус. Сав. Энцыкл.; Рэдкал.: І. П. Шамякін (гал. рэд.) [і інш.]. Мінск: БелСЭ, 1989. С. 573.
5. Энцыклапедыя гісторыі Беларусі: у 6 т. Т.5. Мінск: БелЭн, 1999. С. 592

ПРАВОВОЙ СТАТУС АДВОКАТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)

В. А. Дятлович

Вопрос о правовом статусе адвокатов весьма актуален сейчас, в связи с относительно недавним принятием в 2011 году Закона Республики Беларусь «Об адвокатуре и адвокатской деятельности». Изучив белорусский Закон и Закон Российской Федерации «Об адвокатской деятельности и адвокатуре» можно прийти к выводу, что в них есть как сходные и одинаковые нормы, так и совершенно различные между собой положения [1], [2].

Первым различием является прохождение кандидатом на приобретение адвокатского статуса стажировки. В Республике Беларусь лицо обязано иметь стаж работы по специальности не менее трех лет, но даже при наличии данного срока стажа, лицо обязано пройти дополнительную стажировку в адвокатуре. В российском Законе мало того, что стаж работы по специальности должен быть не менее двух лет, но и при его наличии стажировка в адвокатском образовании не обязательна. Можно сделать вывод, что Закон РФ более лоялен к претендентам на приобретение статуса адвоката. Однако, наличие стажа и стажировки может быть оценено как возможность стажёра получить дополнительные практические и теоретические знания в области различных отраслей права.

Следующим существенным отличием считается возможность иностранным гражданам и лицам без гражданства приобретать статус адвоката в РФ в порядке, установленном законом. В Беларуси данной нормы нет. На данный момент нет необходимости вносить данное положение в Закон. Однако есть вероятность, что в будущем этот вопрос может рассматриваться.

Права и обязанности адвокатов в обеих странах по сути весьма схожи, но есть и различия. Например, сбор необходимых сведений для расследования дела полностью ложится на плечи адвоката и его помощников. В то время как в России адвокат вправе предоставить данные полномочия частным детективам. В Республике Беларусь нет нормативных правовых актов, регулирующих частную детективную деятельность, следовательно и самой детективной деятельности нет. Представляется, что законодателю стоит рассмотреть данный вопрос, т.к. при детальном расследовании тяжких и особо тяжких преступлений необходимо найти все обстоятельства и возможности для справедливого их рассмотрения. Материалы, добытые профессиональными частными детективами с помощью специальной профессиональной техники и навыков могут помочь всем участникам уголовного процесса.

Что касается оказания юридической помощи адвокатами, то в Республике Беларусь она в определенных случаях осуществляется за счет средств местного или республиканского бюджета, а в России юридическая помощь осуществляется бесплатно. На этот счет сейчас поступают разные предложения о том, как усовершенствовать бесплатное оказание юридических услуг адвокатами, чтобы адвокат не чувствовал себя обделенным при оказании данных услуг безвозмездно, а прежде всего думал о помощи тем людям, которые не могут себе позволить платные адвокатские услуги. Один из российских ученых – Л. Н. Симанович – в своей статье «Правовой статус адвоката в современном обществе» поднимает эту проблему и предлагает несколько вариантов по совершенст-

вованию законодательства в данной сфере. Так, он предлагает органам местного самоуправления создать специальные муниципальные адвокатские учреждения, которые будут финансироваться из государственного бюджета, и в которых выпускники вузов за умеренное вознаграждение будут оттачивать своё мастерство. Еще одним решением является создание благотворительных фондов, помогающих финансами лицам, которые не в состоянии оплатить адвокатские услуги. Также ученый предлагает принять Закон «О гарантиях правовой помощи по судебным юридическим делам малоимущим лицам», в котором будут закреплены все льготы, предоставляемые по критерию нуждаемости граждан, механизм определения нуждаемости в льготах конкретного лица, заключения договора о бесплатной юридической помощи, уменьшение налоговой базы для адвокатов и частных юристов [3].

Отличным от белорусского Закона является обязательное страхование риска адвокатом. Главной целью данной обязанности является гарантия соблюдения законных имущественных интересов лиц, чаще всего безвинно терпящих убытки от нарушения исполнителями услуг своих профессиональных обязанностей.

Положения о прекращении статуса адвоката в Беларуси и России практически кардинально отличаются. В них обоих большой перечень оснований, и только некоторые имеют схожесть. Одинаковыми являются такие условия, как осуществление адвокатской деятельности либо занятия выборных должностей в период приостановления статуса, нарушение норм адвокатской этики, вступление в законную силу приговора суда о совершении адвокатом умышленного преступления, нарушение условий осуществления адвокатской деятельности, таких как, нарушение запрета на покупку адвокатом имущества, являющегося предметом спора (в Республике Беларусь), при выявлении у адвоката судимости (в РФ) и др.

Одним из отличительных условий является наличие в российском Законе права на прекращение адвокатского статуса самим адвокатом посредством его личного заявления и отсутствие данной нормы в белорусском. Это весомое упущение, т.к. на практике есть вероятность, что гражданин сам может отказаться от осуществления адвокатской деятельности и самостоятельно прекратить свой статус. Стоило бы закрепить эту норму либо в статье об условиях прекращения адвокатской деятельности, либо в статье о правах адвоката. Однако, можно предположить, что норма о том, что адвокатский статус прекращается в случае неосуществления адвокатской деятельности без уважительных причин в течении года, может быть похожа по своей сути с добровольным отказом самого адвоката от осуществления адвокатской деятельности. Но, как известно,

лишение адвокатского статуса является дисциплинарным взысканием и никак не может соответствовать праву на добровольный отказ от осуществления адвокатской деятельности.

Ещё одной явной недоработкой белорусского Закона можно считать отсутствие в Законе норм о прекращении адвокатского статуса в случае смерти адвоката либо признании его судом недееспособным либо ограничено дееспособным. Можно предполагать, что законодатель оправданно подразумевает, что умерший человек не может осуществлять никакую деятельность, включая и адвокатскую, а вот недееспособный либо ограничено дееспособный не может осуществлять эту деятельность на основании условий, предусмотренных в Законе. Однако случай признания судом адвоката недееспособным либо ограничено дееспособным во время осуществления им адвокатской деятельности прямо в Законе не закреплён. Поэтому если норму о умершем человеке вносить в Закон не обязательно, то о признании судом адвоката недееспособным либо ограничено дееспособным во время осуществления адвокатской деятельности следует включить.

На основе проведенного исследования можно заметить значительное количество норм, перенятых белорусским Законом у российского. В этом нет ничего плохого, т.к. Россия высокоразвитая, великая страна, которая вполне может служить примером в сфере совершенствования законодательства.

Литература

1. Об адвокатуре и адвокатской деятельности в Республике Беларусь // Закон Респ. Беларусь от 30 дек. 2011 г. № 334-3 // Нац. реестр правовых актов 30 декабря 2011 г. N 2/1884.
2. Об адвокатской деятельности и адвокатуре Российской Федерации: Федеральный Закон Рос. Федерации. от 31 мая 2002 г. № 63-ФЗ.
3. *Симанович Л. Н.* Правовой статус адвоката в современном обществе // Российская Юстиция 2010 №1.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ ДЛЯ ОПОЗНАНИЯ

О. Г. Жебит

Становление предъявления для опознания как самостоятельного следственного действия прошло не малый путь и как таковое оно начало рассматриваться только с 30-х годов 20 века.

В учебной литературе по криминалистике предлагаются различные подходы к определению предъявления для опознания. Однако наиболее удачное определение предложено О. Я. Баевым и Д. А. Солодовым:

«Предъявление для опознания – это следственное действие, состоящее в представлении для восприятия свидетелю, потерпевшему, подозреваемому или обвиняемому в порядке, предусмотренном уголовно – процессуальным законодательством, лиц (или их фотографий), предметов или трупа с целью идентификации одного из представленных объектов как воспринимавшегося этим лицом ранее в связи с совершением преступления или иных обстоятельствах, имеющих значения для рассмотрения по делу, либо установления отсутствия между ними тождества» [3, с. 131].

Существуют различные виды предъявления для опознания. Однако наибольший интерес вызывает повторное предъявление для опознания.

Проведение повторного опознания не рекомендовано. Почему именно «не рекомендовано», а не «не запрещено», потому что в Уголовно-процессуальном кодексе Республики Беларусь (далее по тексту УПК Республики Беларусь) в отличие от Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (ч. 3 ст. 193) прямо из нормы законодательства запрет на проведение повторного опознания не вытекает. В Гражданском процессуальном кодексе Республики Беларусь есть только упоминание о том, что, как правило, проведение повторного опознания не допускается.

В ч. 3 ст. 224 УПК Республики Беларусь содержится правило: «когда невозможно предъявить для опознания лицо в натуре, оно предъявляется по фотографии с соблюдением правил, установленных для данного следственного действия». Однако возникает вопрос: когда появится возможность предъявить лицо в натуре, возможно ли провести, по сути, повторное опознание? Прямого запрета на невозможность проведения опознания в натуре, после опознания его по фотографии не закреплено; запрета на проведение повторного опознания нет. Вот и ответ на поставленный вопрос: проведение повторного опознания, когда возможность предъявления в натуре появится, возможно. Однако, по сути, это незаконно.

Считается необходимым непосредственно закрепить запрет на невозможность проведения повторного опознания в законе и сформулировать норму данной статьи таким образом: «При невозможности физического предъявления самого лица опознание может быть проведено по его фотографии, предъявляемой одновременно с фотографиями других лиц, внешне сходных с опознаваемым лицом. Общее количество предъявляемых фотографий должно быть не менее трех. Если опознание было проведено по фотографии, то вне зависимости от его результатов последующее предъявление для визуального опознания того же самого лица тому же опознающему не допускается».

Согласно п. 1 ст. 224 УПК Республики Беларусь: «Лицо предъявляется для опознания вместе с другими лицами, по возможности сходными по внешности с опознаваемым».

Кодексы большинства стран, как и УПК Республики Беларусь, имеет существенный изъян – некорректное или вообще нераскрытие понятий, носящих оценочный характер.

В данной норме, можно наблюдать два таких понятия – это «сходными» и «по возможности». Какую смысловую нагрузку несут данные понятия, и кто такую возможность определяет, законодателем не закреплено.

Аналогичный дефект прослеживается и ч. 4 данной статьи, требующей предъявления предметов в группе однородных предметов. Понятие «однородных» здесь также никак не раскрыто.

К сожалению, путей радикального устранения данного дефекта, найти не удаётся, единственное, что можно предложить в данном контексте, это обязательное сопровождение предъявления для опознания фото и (или) видеозаписью. Подобная фиксация в дальнейшем позволила бы суду и другим участникам процесса убедиться в правильность порядка проведения данного следственного действия.

Согласно п. 3 указанной ранее статьи, лица и предметы предъявляются в количестве не менее трёх. Законодатель закрепил минимальный барьер и не установил предельное количество лиц необходимых для проведения данного следственного действия. Учёные предлагают в таких ситуациях руководствоваться «законом миллеровской семёрки», который гласит, что опознающее лицо одновременно может воспринимать и сосредотачивать своё внимание на 7 ± 2 объектах: то есть предельное число объектов может быть не более 9.

В пример, хотелось бы привести положение, закреплённое в статье 173 УПК Республики Польша, где говорится, что опознаваемый должен находиться в группе общей численностью не менее 4 человек. Почему именно 4? То есть, почему именно четное число?

Исследования показали, что предъявление четного числа лиц, исключает возможность занятия опознаваемым места в центре, что привлечёт к нему больше внимания, так как опознающий, за частую, склонен указывать именно на человека, занимающего место в центре [3, с. 137].

С тактической точки зрения, такой подход действительно оптимален и более правилен.

Полагается, что нужно внимательно подходить не только к подбору лиц, сходных с опознаваемым, но и заранее продумать, чтобы статисты не были знакомы опознающему, так как если этот факт выясняется уже в ходе опознания или после него, протокол опознания необходимо будет признать недопустимым доказательством. Данный запрет также должен

бать закреплён в законодательстве, например, в таком контексте: «Опознаваемое лицо предъявляется для опознания вместе с другими лицами (статистами), сходными с ним по особенностям внешности, одежды и особым приметам. Привлечение в качестве статистов понятых или лиц, известных опознающему, не допускается. Перед началом опознания опознаваемому предлагается занять любое место среди статистов, о чем в протоколе опознания делается соответствующая запись. Фотография опознаваемого, занявшего место среди статистов, сделанная до начала опознания, прилагается к протоколу опознания».

Ещё одним важным условием проведения предъявления для опознания, является условие п. 8 ст. 224 УПК Республики Беларусь: «Если опознающий указал на одно из предъявленных ему лиц или на один из предметов, ему предлагается объяснить, по каким приметам или особенностям он узнал данное лицо или предмет».

Данное правило принципиально важно для оценки объективности проведённого опознания путём сопоставления примет и особенностей объекта, о котором опознающий ранее давал показания при допросе и приметами, которые он наблюдал на опознанном им объекте. Проанализировав материалы некоторых дел, хотелось бы отметить, что чаще всего следователи не выполняют именно это условие, в результате чего данное следственное действие чаще любого другого признается недопустимым.

В заключении, хотелось бы указать ещё на один изъян данной статьи. Она закрепляет предложение об объяснении своего выбора. И здесь возникает ряд вопросов: обязано ли это лицо давать такие объяснения? Как быть, если лицо отказывается их дать или просто не может внятно объяснить? Полагается, что данное действия лучше назвать показаниями, а не объяснениями, тогда и вопрос об обязательности отпадёт сам по себе.

Литература

1. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь (в ред. Закона от 13.07.2012 № 417-З) от 16. 07. 1999 № 295-З / Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2000. № 77–78, 2/71.
2. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации (ред. от 26. 04. 2013) от 18. 12. 2001 года № 174-ФЗ.
3. *Баев О. Я., Солодов Д. А.* Производство следственных действий: криминалистический анализ УПК России, практика, рекомендации. Практическое пособие / 2-е изд., испр. и до. М.: Эксмо, 2010. С. 131–151.

ПОВТОРНОСТЬ КАК ОТЯГЧАЮЩЕЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВО

И. Н. Залесский, С. В. Касьянов, В. В. Романовский

Частью первой статьи 2.5 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП) повторность определяется как совершение двух или более административных правонарушений, предусмотренных одной и той же частью статьи либо статьей Особенной части КоАП, когда статья состоит из одной части. Повторность как квалифицирующий признак является самым распространенным в описании объективной стороны административного правонарушения. Особенная часть КоАП насчитывает 445 статей, из них 55 статей предусматривают тождественную повторностью в качестве квалифицирующего признака.

Влияние повторности как отягчающего обстоятельства на меру административной ответственности не одинаков. Однотипные по своему общественному характеру посягательства (повторность) с точки зрения законодателя влекут различные изменения в общественной опасности деяния. Однако это противоречит принципам административной ответственности (гуманизм, соразмерность деяния и меры ответственности, виновности, справедливости).

Нами было проведено исследование изменения размера штрафа как меры административной ответственности в санкциях статей Особенной части КоАП по методике Д.А. Плетенева. Целью исследования было выявление соразмерности изменения меры административной ответственности в деяниях различной степени общественной опасности при вариации одной переменной – признака объективной стороны – повторности.

С помощью формулы нами вычислялась медиана санкции, затем определялось соотношение медианы санкции неквалифицированного состава и медианы санкции квалифицированного состава при повторности.

Медиана санкции статьи – усредненный размер взыскания, применяемого при совершении правонарушения, предусмотренного данной статьей. Медиана санкции рассчитывается как среднее арифметическое между нижним и верхними пределами санкции статьи.

$$M = \frac{S_{\min} + S_{\max}}{2},$$

где M – медиана, S_{\min} – нижний предел санкции, S_{\max} – верхний предел санкции.

Вычисление медианы санкции на примере статьи 9.4.

Санкция первой части статьи предусматривает предупреждение или наложение штрафа в размере до десяти базовых величин. Среднее значение данного штрафа равно пяти (5).

Вычисление:

$$S_{\min} = 0, S_{\max} = 10, M^1 = \frac{0+10}{2} = 5$$

Теперь обратимся к санкции части второй нашей статьи: «влечет наложение штрафа в размере от десяти до двадцати базовых величин». Так, медиана санкции данной части составляет 15 базовых величин.

Вычисление:

$$S_{\min} = 10, S_{\max} = 20, M^2 = \frac{10+20}{2} = 15 = 15$$

Далее нам необходимо определить во сколько раз санкция второй части, действующей при повторном совершении правонарушения, увеличилась по сравнению с санкцией первой части статьи 9.4.

Вычисление:

$$\frac{M^1}{M^2} = \frac{15}{5} = 3$$

Так, санкция второй части в 3 раза превышает санкцию первой части статьи 9.4.

Подобные подсчеты были проведены в отношении всех статей КоАП, обладающих тождественной повторностью. Все взыскания в виде штрафа по части, определяющей меру административной ответственности за повторное правонарушение, увеличиваются в среднем в 2 раза (см. таблицу).

Таблица

Значение медиан санкций статей Особенной части КоАП

Номер статьи	Медиана санкции	Среднее значение
9.4.	3	2,377058824
9.9.	2,4	
9.17.	1,66	
10.5.	2	
10.8.	2	
11.1.	2,5	
11.4.	2	
12.6.	1,66	
12.17.	3,33	
12.29.	1,14	
12,3	2	
12.37.	1,66	
12.43.	7	
15,47	2,5	
15,53	1,62	
15.61.	1,3	
16.3.	1,75	

Продолжение таблицы

Номер статьи	Медиана санкции	Среднее значение
17.3.	2,125	2,377058824
17.5.	3,1	
17.6.	3,7	
17.13.	3,5	
18.13.	5	
18.14.	2,5	
18.15.	4	
18.19.	2,8	
18.22.	2	
18.25.	2,8	
18,41	3	
21,1	1,607	
21,2	1,805	
21,3	2,917	
21,4	1,75	
21,5	2,857	
21,6	1,5	
21,7	1,4	
22,1	1,579	
22,2	2,187	
22,3	2,972	
22,5	1,538	
22,9	1,714	
23,15	2	
23,18	2,5	
23,21	1,75	
23,48	3	
23,55	1,5	
23,61	2,917	
24,12	3,625	
25,1	2	
25,2	1,667	
25,3	1	
25,4	1,4	

Выводы:

1. Законодатель не реализовал в Особенной части КоАП принципы административной ответственности, что влечет нарушение основных прав лиц, привлекаемых к административной ответственности.

2. Среднее значение изменения медианы санкции статьи при соотношении медианы санкции неквалифицированного состава и медианы санкции квалифицированного состава при повторности равно двум.

3. Единообразное применение статей Особенной части КоАП может быть обеспечено путем изменения законодательного подхода к определению размера административного взыскания в виде штрафа и внесения

изменений в статью 2.5 КоАП. Полагаем целесообразным включить в статью 2.5 третью часть следующего содержания:

4. В случае повторности совершения административного правонарушения, административное взыскание в виде штрафа назначается в двукратном размере от размера штрафа, назначенного ранее при предыдущем совершении правонарушения, но не более максимального размера штрафа, установленного статьей 6.5 настоящего Кодекса.

5. Изменение подхода к определению повторности позволяет оптимизировать количество статей Особенной части КоАП (части статей, предусматривающие повторность, сокращаются). Примерные подсчеты показывают, что объем статей Особенной части КоАП уменьшится на 9,78 %.

АКЦЕПТ НА ИНЫХ УСЛОВИЯХ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО ДОГОВОРА: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ

И. А. Знак

Порядок заключения договоров регулируется статьями 402–419 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК). При этом вопросы заключения договора на иных условиях регулируются только применительно к договорам, заключаемым в обязательном порядке и составляющим весьма незначительную часть в общем объеме заключаемых гражданско-правовых договоров. Фрагментарное правовое регулирование порождает многочисленные проблемы в правоприменительной деятельности.

Акцепт на иных условиях (контр-оферта) представляет собой согласие заключить договор на иных, нежели предложены оферентом, условиях. Несогласие с предложенными в оферте условиями может касаться как исключения из договора каких-либо условий, так и включения в договор новых либо измененных условий. При этом возникшие разногласия приобретают характер существенных, так как достижение согласия по ним является обязательным в силу волеизъявления сторон.

На практике акцепт на иных условиях выражается, как правило, в форме протокола разногласий. Данная форма контр-оферты в общей части ГК лишь упоминается в ст. 415 ГК «Заключение договора в обязательном порядке». Тем не менее, использование протокола разногласий возможно и более того широко применяется ко всем категориям гражданско-правовых договоров и является способом достижения таких условий договора, которые выгодны контрагентам и обеспечивают наиболее эффективное сотрудничество.

Оформления акцепта на иных условиях происходит в следующем порядке: 1) подписание стороной поступившего договора; 2) проставление в договоре отметки о подписании его с протоколом разногласий; 3) приложение в двух экземплярах к договору подписанного протокола разногласий; 4) направление договора и протокола разногласий контрагенту. При этом, изменяя условия договора и направляя протокол разногласий контрагенту, первоначальный акцептант приобретает статус «нового» оферента.

Отсутствие законодательного регулирования механизма преддоговорного согласования условий договора предопределяет особенности правоприменения.

1. При несогласии с условиями контрагента, выражающемся посредством проставления на первоначальном договоре отметки о подписании его на иных условиях и направления надлежаще оформленного протокола разногласий, при отсутствии последующего согласования сторонами, договор должен признаваться незаключенным по ст. 402 ГК, поскольку сторонами не согласованы существенные условия такого договора.

2. Подписание договора и не проставление на нем отметки о подписании на иных условиях, при отсутствии доказательств, подтверждающих отправку такого акцепта на иных условиях первоначальному оференту, может повлечь признание договора заключенным в редакции первоначального оферента. При этом законодательно не определен круг надлежащих доказательств в подтверждение отправки. Полагаем, что такими доказательствами могут являться подпись контрагента при вручении письма лично либо уведомление о получении при направлении заказной корреспонденцией по почте.

3. Направление акцептантом протокола разногласий и совершение одновременно конклюдентных действий во исполнение договора (например, отправка товара покупателю) порождает правовую неопределенность, связанную с возможностью признания конклюдентных действий надлежащим акцептом. В силу п. 3 ст. 408 ГК, совершение лицом, получившим оферту в срок, установленный для акцепта, действий по выполнению указанных в ней условий договора (отгрузка товаров, предоставление услуг, выполнение работ, уплата соответствующей суммы и т.д.) считается акцептом, если иное не предусмотрено законодательством или не указано в оферте. Таким образом, с одной стороны, имеет место надлежащий акцепт (отгрузка товара), с другой стороны, акцепт на иных условиях (проставление отметки и направление протокола разногласий).

С доктринальной точки зрения при наличии спора о применимой к отношениям сторон редакции договора, необходимо устанавливать вре-

менную очередность совершаемых действий: первоначально по времени были совершены конклюдентные действия, свидетельствующие о согласии акцептанта с предложенными условиями договора, либо направлен протокол разногласий, что рассматривается как акцепт на иных условиях.

С позиции правоприменения базирование решения на установлении очередности совершаемых действий может повлечь нарушение баланса интересов контрагентов по договору. Если акцептант сначала направил протокол разногласий, а впоследствии совершил отгрузку товара, то для контрагента-покупателя существует серьезный риск заключения договора на невыгодных для него условиях. Это обуславливается тем, что принятие товара покупателем будет также признано совершением конклюдентных действий во исполнение протокола разногласий, направленного поставщиком, а соответственно, согласием на предложенные в протоколе разногласий условия.

Кроме того, существует проблема и, так называемых, «уполномоченных лиц». Принятие товара, как правило, осуществляется работником предприятия, который не участвует в процессе заключения договора с контрагентом, в отличие от руководителя юридического лица, а лишь исполняет свои служебные обязанности по принятию товара. Судебная практика исходит из того, что сам факт принятия товара есть конклюдентные действия, которые, соответственно, признаются надлежащим акцептом. Полагаем, что такая позиция не является верной, так как при заключении договора конклюдентное действие должно совершаться лицом, уполномоченным выражать волю соответствующего субъекта на заключение договора и согласие с условиями такого договора.

Аналогичной по существу с проанализированной ситуацией является направление покупателем протокола разногласий и перечисление авансового платежа на счет контрагента. В данном случае принятие платежа осуществляется банком, который является «третьим лицом» во взаимоотношениях контрагентов и не может рассматриваться как уполномоченное на заключение договора лицо.

4. Правовая природа договора присоединения, с нашей точки зрения, предопределяет невозможность составления к нему протокола разногласий и обсуждение иных условий договора, что вытекает из ст. 398 ГК. Вместе с тем на практике такие случаи встречаются. Если сторона направила протокол разногласий к такому договору, тем самым становясь оферентом, а контрагент акцептовал присланный протокол разногласий, данные действия не признаются противоречащими законодательству и договор считается заключенным. Полагаем, что в таком случае договор перестает быть договором присоединения и к нему не могут быть соответственно применены нормы о таких договорах.

Таким образом, в настоящее время существует обширный круг ситуаций, разрешение которых вообще не регулируется действующим законодательством. С целью обеспечения единообразных подходов в правоприменительной деятельности, более эффективного и быстрого рассмотрения и разрешения судебных споров по определению действующей редакции заключенного договора предлагаем следующее:

1) на уровне постановлений Пленумов Верховного Суда и Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь разъяснить способы и порядок оформления протокола разногласий; закрепить обязательность установления разграничения по времени совершаемых конклюдентных действий и направления протокола разногласий; определить значение такой характеристики конклюдентных действий как направленность воли стороны на заключение договора;

2) указывать в протоколе разногласий дату его составления, а также даты отправки и даты получения протокола контрагентом; а также фиксировать этапы преддоговорных отношений контрагентов посредством нумерация протоколов разногласий, что приведет, с нашей точки зрения, к общему сокращению дел по такой категории споров.

НА ШЛЯХАХ НАЦЫЯНАЛЬНАГА САМАВЫЗНАЧЭННЯ: БНР – ЛітБелССР – БССР

Т. Н. Казак

Пасля Кастрычніцкай рэвалюцыі перад беларускім народам ва ўсёй паўнаце паўстала пытанне аб уласнай дзяржаўнасці, яе палітычным і ідэалагічным абгрунтаванні. Абмеркаванні гэтага пытання прывяло да прыняцця прынцыпальных, гістарычна важных рашэнняў, якія паклалі пачатак нацыянальнай беларускай дзяржаўнасці. Асоба значнымі падзеямі ў гэтым працэсе сталі абвешчэнне Беларускай Народнай Рэспублікі (далей – БНР) і Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі Беларусь (далей – ССРБ): дзвюх рэспублік з кардынальна рознымі і адметнымі сацыяльна-палітычнымі сістэмамі.

Па пытанні адпаведнага дзяржаўнага ладу разгарнулася вострая барацьба паміж бальшавікамі, якія адстойвалі прынцып непадзельнай Расіі, і нацыянальнымі партыямі, якія патрабавалі ўтварэння нацыянальна-дэмакратычнай дзяржавы.

Для ажыццяўлення самавызначэння Беларусі Цэнтральная Беларуская Рада, якая пасля кастрычніка 1917 г. была пераўтворана ў Вялікую Беларускую Раду (ВБР), выступіла з ідэяй склікання Усебеларускага з'езда. Разагнаны бальшавікамі у ноч на 18 (31) снежня 1917 г. Усебеларускі з'езд (кангрэс) паспеў прыняць рашэнне аб стварэнні новага краявога ор-

гана ўлады – Усебеларускага Савета сялянскіх, салдацкіх і рабочых дэпутатаў. Рада з'езда і сфарміраваны ёй 21 снежня 1917 г. (3 лютага 1918) Выканаўчы камітэт перайшлі на нелегальнае становішча як кіруючы цэнтр барацьбы за нацыянальную дзяржаўнасць. На тэрыторыі Беларусі абвешчаўся рэспубліканскі дэмакратычны лад, а ўлада Аблвыкамзаха і СНК Заходняй вобласці і фронту была прызнана незаконнай.

Камітэт Рады Усебеларускага з'езда 21 лютага 1918 г. звярнуўся з Першай Устаўной граматай да беларускага народа, абвясціў сябе часовай уладай на Беларусі і сфарміраваў вышэйшы орган выканаўчай улады – Народны сакратарыят Беларусі. 9 сакавіка 1918 г. была прынята Другая Устаўная грамата да народа Беларусі. У гэтым дакуменце Беларусь абвешчалася Народнай Рэспублікай. Закладваўся канстытуцыйны лад БНР як дэмакратычнай дзяржавы. Уся паўната ўлады перадавалася Радзе Усебеларускага з'езда. Першая і Другая Устаўныя граматы вызначалі асноўныя прынцыпы дзяржаўнага ладу рэспублікі, яе тэрыторыю, правы і свабоды грамадзян, а таксама формы ўласнасці. Аднак трэба адзначыць, што ў граматах не былі дастаткова выразна акрэслены сацыяльна-палітычныя задачы. 25 сакавіка 1918 г. была выдана Трэцяя Устаўная грамата, якая абвясціла незалежнасць Беларусі.

У прамым сэнсе БНР дзяржавай не была, таму што Рада БНР і Урад БНР не змаглі сфарміраваць сапраўднай сістэмы органаў улады, стварыць уласныя ўзброеныя сілы, мясцовыя органы ўлады, фінансавую і судовую сістэму. Функцыі ўрада БНР абмяжоўваліся паўнамоцтвамі нацыянальнага прадстаўніцтва пры германскай акупацыйнай адміністрацыі і рашэннем некаторых задач у культурна-асветнай галіне.

Важную ролю ў працэсе стварэння беларускай дзяржаўнасці на савецкай платформе адыгралі Беларускі нацыянальны камісарыят і Беларускія секцыі РКП(б). Дзякуючы іх намаганням ЦК РКП(б) 24 снежня 1918 г. прыняў рашэнне аб абвешчэнні БССР.

1 студзеня 1919 г. ад імя Часовага рабоча-сялянскага ўрада быў выданы Маніфест аб утварэнні Сацыялістычнай Савецкай Рэспублікі Беларусі. Гэта першы ў гісторыі Савецкай Беларусі канстытуцыйны акт. У Маніфесце сфармуляваны асноўныя ідэі гістарычных дэкрэтаў Савецкай улады, замацаваны палітычныя, эканамічныя заваевы рабочых і сялян. Абвешчэнне БССР азначала перамогу ідэі беларускай савецкай дзяржаўнасці.

Незалежнасць новаўтворанай дзяржавы аказалася фармальнай. Ужо 16 студзеня 1919 г. ЦК РКП(б) прызнаў неабходным вывесці са складу рэспублікі Смаленскую, Віцебскую і Магілёўскую губерні. 27 лютага 1919 г. у Вільні на аб'яднаным пасяджэнні ЦВК Літоўскай і Беларускай ССР было прынята рашэнне аб аб'яднанні рэспублік Літвы і Беларусі.

Так БССР праз месяц пасля абвяшчэння незалежнасці і ўтварэння сваёй дзяржаўнасці стала часткай аб'яднанай дзяржавы – ЛітБелССР. Галоўнай знешнепабуджальнай прычынай гэтага зліцця з'явіліся знешнепалітычныя акалічнасці: аб'яднанне рэспублік у мэтах умацнення іх абароназдольнасці, а галоўнай мэтай – арганізацыя барацьбы з Беларускай Народнай Рэспублікай і абвешчанай Літоўскай буржуазнай дзяржавай і, такім чынам, выкананне функцый буфернай дзяржавы.

31 ліпеня 1920 г. была апублікавана «Дэкларацыя аб незалежнасці Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі Беларусі». Дэкларацыя аб'яўляла аб стварэнні Беларускай Савецкай Сацыялістычнай Рэспублікі, абвешчанай 1 студзеня 1919 г., і пацвердзіла сацыялістычныя асновы грамадскага і дзяржаўнага ладу Савецкай Беларусі і падкрэсліла, што БССР будзецца на прынцыпах дыктатуры пралетарыята і выкарыстання вопыту Савецкай Расіі.

Працэс станаўлення беларускай дзяржаўнасці быў надзвычай цяжкім, складаным і драматычным. Трагедыя беларускага нацыянальнага руху заключалася ў тым, што яго ўздым супаў з сацыялістычнай рэвалюцыяй, суперніцаць з якой было вельмі складана. Аналіз гэтых абставін дазваляе зрабіць наступныя высновы:

БНР – спроба ўтварэння беларускай дзяржаўнасці, якая ў канцы 1918 г. паскорыла падрыхтоўку датэрміновага ўтварэння БССР і стала яе аўтэнтчнай, тэрытарыяльнай, эканамічнай, этнічнай базай.

БССР з'явілася вынікам палітычнай гульні большавіцкіх кіраўнікоў Расіі і Заходняй вобласці, прадыктаваным ў асноўным знешнепалітычнымі абставінамі і спробамі супраць пастаўлення сацыялістычнай і буржуазнай рэспублікі.

Без БНР не было б БССР.

Аднаўленне БССР стала магчымым толькі пасля атрымання беларускімі камуністамі адпаведнага дазволу Масквы. Пад час рыжскіх перамоў лес Беларусі вырашаўся Масквой і Варшавай без удзелу прадстаўнікоў БССР. Такім чынам, воля і інтарэсы беларускага народа ігнараваліся, прыносіліся ў ахвяру інтарэсам сусветнай рэвалюцыі.

Лічу, што вопыт станаўлення беларускай дзяржаўнасці перыяду 1917–1920 гг. з'явіўся асновай для развіцця і замацавання Рэспублікі Беларусь як суверэннай дзяржавы. Бяспэчны вопыт аб'яднання беларускага народа ў рамках адной краіны ў той час дапамог і дапамагае нам сёння будаваць нашу дзяржаву Рэспубліку Беларусь.

КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОБЯЗАННОСТИ ГОСУДАРСТВА И ГРАЖДАН: СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ

Т. М. Киселева

Конституционная обязанность является видом юридической обязанности и представляет собой закрепленную в нормах Конституции меру должного поведения, имеющую общий характер, установленную и гарантируемую государством в интересах граждан и общества, являющуюся необходимым элементом конституционно-правового статуса, направленную на эффективное функционирование конституционных правоотношений.

Конституция Республики Беларусь прямо закрепляет ряд обязанностей государства и граждан. К ним относятся обязанность государственных органов, общественных объединений, должностных лиц предоставить гражданину Республики Беларусь возможность ознакомиться с материалами, затрагивающими его права и законные интересы (часть вторая статьи 34 Конституции); обязанность государственных органов, должностных лиц рассмотреть обращения граждан и дать ответ по существу в определенный законом срок (часть вторая статьи 40 Конституции); обязанность родителей или лиц, их заменяющих, воспитывать детей, заботиться об их здоровье, развитии и обучении, а также обязанность детей заботиться о родителях или лицах, их заменяющих, и оказывать им помощь (часть третья статьи 32 Конституции); обязанность соблюдать Конституцию, законы и уважать национальные традиции Республики Беларусь (статья 52 Конституции); обязанность уважать достоинство, права, свободы, законные интересы других лиц (статья 53 Конституции); обязанность беречь историко-культурное, духовное наследие и другие национальные ценности (статья 54 Конституции); долг по охране природной среды (статья 55 Конституции); обязанность принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, пошлин и иных платежей (статья 56 Конституции); обязанность и священный долг по защите Республики Беларусь (статья 57 Конституции) и обязанность государства принимать все доступные ему меры для создания внутреннего и международного порядка, необходимого для полного осуществления прав и свобод граждан Республики Беларусь, предусмотренных Конституцией (статья 59 Конституции) [1].

Конституционные обязанности по сравнению с иными юридическими обязанностями обладают определенными специфическими признаками.

Во-первых, конституционные обязанности обладают верховенством. Все иные обязанности, закрепленные в отраслевом национальном зако-

нодательстве, должны им соответствовать. При этом согласно статье 58 Конституции Республики Беларусь, юридические обязанности могут закрепляться лишь в самой Конституции и законах Республики Беларусь. Полагаем, что речь может идти и о Декретах Президента, которые имеют тот же объект правового регулирования, что и законы – наиболее важные общественные отношения.

Во-вторых, обязанности, прямо закрепленные в нормах Конституции, служат правовой основой для всех других юридических обязанностей. Нормы Конституции вступают в качестве основной базы для всех иных национальных отраслей права. Так и отраслевые обязанности разрабатываются на основе конституционных обязанностей.

В-третьих, для каждого субъекта правоотношения существует единый круг конституционных обязанностей. Требования норм Конституции, закрепляющих обязанности, распространяются на всех субъектов правоотношений, если иное специально не оговорено в законе.

В-четвертых, конституционные обязанности имеют постоянно действующий характер и не имеют пространственных границ. Действие конституционных обязанностей, как правило, не ограничивается каким-либо периодом времени или нахождением на определенной территории.

В-пятых, конституционные обязанности характеризуются повышенной правовой защитой. Все нормы Конституции, исходя из ее основополагающего положения в системе нормативных правовых актов, подлежат повышенной правовой защите. Поэтому и конституционные обязанности, занимающие соответствующее положение по отношению к отраслевым обязанностям, также обладают этим свойством.

Изучение и реализация конституционных обязанностей сопряжено с рядом проблемных вопросов и сложностей.

Одним из проблемных является вопрос соотношения конституционных и отраслевых обязанностей. Как уже отмечалось выше, конституционные обязанности обладают верховенством, но это не исключает возможность закрепления в законодательстве иных обязанностей, не противоречащих принципам и сущности Конституции в целом. Все обязанности, закрепленные в отраслевом законодательстве, в той или иной мере являются выражением либо развитием конституционных обязанностей. Но при этом нельзя допускать чрезмерно вольного подхода к такой деятельности. В отношении отраслевых обязанностей должны иметь место определенные границы. Для того чтобы их определить, на наш взгляд, следует обратиться к статье 23 Конституции, в силу того, что обязанности по своему содержанию можно рассматривать как ограничения, так как их цель заключается в установлении определенного алгоритма действий, т.е. ограничения действий, ограничение прав и свобод. Исходя из

этого, установление обязанностей в отраслевом законодательстве должно быть ограничено интересами национальной безопасности, общественного порядка, защиты нравственности, здоровья населения, прав и свобод других лиц.

Следует обратиться и к проблеме определения субъекта конституционных обязанностей. В большинстве случаев в норме прямо указывается лица, которым соответствующая обязанность адресована – граждане Республики Беларусь, государственные органы и их должностные лица. Однако в ряде статей используется термин «каждый». При буквальном толковании в данном случае следует понимать граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства. Однако представляется, что более правильным будет расширительное понимание, и к субъектам соответствующих конституционных обязанностей следует отнести также юридических лиц и государственные органы. Как отмечает Д. С. Велиева, в данном случае недопустим «чисто формальный подход к определению содержания и области применения конституционных норм, в частности норм главы о правах и свободах человека и гражданина» [2, с. 8]. Т.е. конституционные обязанности, субъектом которых выступает каждый, имеют общий характер. Их исполнение в равной степени необходимо как физическими лицами, так и иными субъектами правоотношений – государством в лице уполномоченных органов и должностных лиц, юридическими лицами.

Большое значение имеет проблема исполнения конституционных обязанностей. Их реализация имеет две стороны. Первую составляют действия или бездействия обязанных субъектов, а другую – деятельность государства, направленную на создание механизма исполнения обязанности, т.е. обеспечение возможности исполнить соответствующую обязанность. И вторая сторона является не менее важной гарантией исполнения обязанностей, чем применение мер ответственности в случае их неисполнения или ненадлежащего исполнения. Следует согласиться с И. В. Вегерой в том, что «гарантийный механизм обеспечения исполнения конституционных обязанностей не ограничивается лишь методом принуждения, выраженным в привлечении виновных лиц к юридической ответственности» [3, с. 138]. Однако не всегда законодатель, закрепляя конституционную обязанность, одновременно отражает в законодательстве подробный механизм ее реализации, что может порождать сложности в исполнении своих обязанностей соответствующими субъектами. Так, например, существует проблема исполнения конституционной обязанности и священного долга по защите Республики Беларусь в форме прохождения альтернативной службы, которая на настоящий момент не получила правового регулирования.

Особого внимания заслуживает и проблема ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение конституционных обязанностей. Как правило, такое деяние является одновременно и неисполнением или ненадлежащим исполнением отраслевой обязанности. И ответственность предусматривается в отраслевом законодательстве – уголовном, административном, трудовом, гражданском. Однако, как уже отмечалось выше, обязанности, получившие свое закрепление в нормах Конституции, должны обладать повышенной правовой защитой. Но с уверенностью утверждать, что такое имеет место сложно. При применении мер ответственности даже не указывается, как правило, что имеет место и нарушение норм Конституции, конституционных обязанностей, а не только отраслевых. Можно предположить, что повышенная правовая защита изначально заложена в санкциях отраслевого законодательства, и отдельного упоминания не требуется. В таком случае охрана соответствующих конституционных норм осуществляется исключительно в рамках отраслевых правоотношений.

Решение указанных, а также иных сложностей, возникающих при исполнении конкретных конституционных обязанностей необходимо для нормального функционирования данного института, а также существования демократического государства в целом.

Литература

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). Минск: Амалфея, 2005. С. 48.
2. *Велиева Д. С.* Субъекты конституционной обязанности сохранять природу и окружающую среду, бережно относиться к природным богатствам // Конституционное и муниципальное право. 2009. №18. С. 7–8.
3. *Вегера И. В.* Конституционные обязанности в ценностной парадигме Основного закона Республики Беларусь // Ценностная парадигма Основного закона Республики Беларусь: материалы респ. науч.-практ. конф., Минск, 14 марта 2013 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол: Г.А. Василевич [и др.]. Минск, 2013. С. 136–139.

РОЛЬ ИДЕЙ О ПРАВАХ И СВОБОДАХ ЧЕЛОВЕКА В СТАНОВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРАВОВОМ ГОСУДАРСТВЕ

В. С. Ковалев

На сегодняшний день проблемы реализации и развития понятия «правовое государство» объективно находятся в фокусе общественного внимания. Это может обуславливаться как существенными трудностями его функционирования, возможностью многочисленных интерпретаций, так и чрезмерным использованием в политических и популистских целях.

Такое положение дел ставит закономерную задачу всестороннего изучения и установления подлинных механизмов функционирования данного института.

Правовое государство, в крайне общей форме определяемое как государство, в котором власть функционирует в границах и на основе закона, является собирательным термином, раскрывающимся только через ряд вполне самостоятельных концепций и характеристик, и приобретая специфические черты в различных региональных условиях [2, с. 38].

Полагаем, что одним из определяющих факторов становления современной трактовки правового государства стала концепция «прав и свобод человека». Историческая взаимосвязь данных теорий не вызывает сомнений. Так, именно признание естественного характера прав человека и становление представлений о недопустимости вмешательства государства в эту сферу, послужили необходимой основой ограничения всей власти государства правом. В свою очередь, утверждение о построении государственной власти на основе права сделали возможным гарантию реализации прав отдельных людей.

На протяжении длительного периода времени вопросы прав человека являлись предметом лишь внутренней юрисдикции государств. Новый этап в их эволюции начинается после образования Лиги Наций, когда заключаются некоторые договоры, в той либо иной степени регулирующие базовые вопросы прав и свобод человека [3, с. 36].

Учреждение ООН, принятие ее устава, Всеобщей декларации прав человека открыли новую эру развития данной концепции, заложили так называемые «правила игры» на многие годы вперед. Фундаментальными новациями стали выделение прав человека в отдельную отрасль международного права, вынесение, в большинстве своем, данных вопросов из-под внутригосударственной юрисдикции, учреждение ряда новых международных органов, создание универсальных договорных норм.

Процесс эволюции прав и свобод человека сопровождался соответствующими содержательными изменениями в концепции «правового государства». Так, еще в первой половине XX века эти понятия могли трактоваться каждым государством по-своему. Например, по многим формальным признакам и нацистская Германия могла отнести себя к правовым государствам, заявляя о господстве закона, основанного, в первую очередь, на крайне специфическом наборе прав человека, на ее территории. Конечно, такое государство было правовым лишь в формальном, а не материальном смысле. Однако, логично предположить, что правовые государства того времени являлись категорией лишь внутренней юрисдикции стран, строящейся, в большинстве своем, на основе собственных представлений и суждений.

Сегодня же вопросы прав и свобод человека рассматриваются международным сообществом в качестве фундаментальных ценностей. Современные правовые государства регулируют соответствующие отношения только на основании международных обязательств, приводя в соответствие им свое внутреннее законодательство. Характер такого соответствия и уровень имплементации данных норм может рассматриваться как один из универсальных критериев причисления современных государств к понятию «правовых». Важный вклад в развитие современного «правового государства» вносит и работа ряда международных конвенционных органов по правам человека.

Отдельного внимания заслуживает вопрос соотношения правового государства и характера реализации социально-экономических прав. Так, распространен тезис о невозможности построения правового государства в отсутствие рыночной экономики, базовой составляющей которой и является данная категория прав человека [5, с. 18]. В то же время, мнение ряда ученых о несостоятельности соответствующих прав может поставить под сомнение верность такого суждения. С одной стороны, социально-экономические права причисляются к так называемым «мнимым» правам, поскольку их реализация невозможна без ущемления ряда гражданских и политических прав и свобод многих граждан [3, с. 44]. С другой, выделяют отсутствие твердых юридических обязательств для государств, участвующих в международных договорах, касающихся данной категории прав [3, с. 44]. Однако такая трактовка была опровергнута в Итоговом документе Всемирной конференции по правам человека, состоявшейся в Вене в 1993 г. [Глава 1, пункт 5]. Мы, в свою очередь, полагаем, что социально-экономические права являются как неотделимой частью концепции «прав человека», так и основой доктрины рыночной экономики, а соответственно вопрос о связанности данной категории прав с «правовым государством» и их фундаментальном значении не вызывает сомнений.

Таким образом, современное правовое государство, безусловно, вышло за границы юрисдикции отдельных стран, став достоянием международного регулирования. Важнейшую роль в этом процессе сыграла и продолжает играть концепция «прав и свобод человека». В таких условиях мировому сообществу определено необходимо направить свои усилия на исключение двойных стандартов и политического волюнтаризма из спектра развития данных направлений.

Литература

1. *Василевич Г. А.* Конституционное право Республики Беларусь: Учебник. Мн.: Книжный Дом; Интерпрессервис, 2003. С. 832.

2. Демократическое правовое государство и гражданское общество в странах Центрально-Восточной Европы/ Ин-т международных экономических и политических исследований РАН/ Н. И. Бухарин и др. М: Наука, 2005. С. 184.
3. *Карташкин В. А.* Права человека в международном и внутригосударственном праве /В. А. Карташкин. М.: Ин-т государства и права РАН, 1995. С. 132.
4. *Соколов А. Н.* Правовое государство: от идеи до ее материализации. Калининград: Янтарный сказ, 2002. С. 455.
5. *Zurowski R.* Political change in Eastern Europe since 1989/ Robert Zurowski. Westport; London: Praeger, 1998. P. 165.

ПРАВА ПАЦИЕНТОВ В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ: ГАРАНТИИ И МЕХАНИЗМЫ ЗАЩИТЫ

Е. Н. Кодолитч

В Республике Беларусь на сегодняшний день действует патерналистская модель медицины (от «патер» – отец), то есть во взаимоотношениях между врачом и пациентом только врач решает, как лечить и чем лечить. Пациент же в этом процессе не принимает практически никакого участия. При попытке внедрения иной модели взаимоотношений между врачом и пациентом – партнерской (европейской), выяснилось, что наши пациенты к такой модели еще не готовы. Это может быть вызвано тем, что пациенты в нашей стране недостаточно ознакомлены со своими правами и обязанностями.

Гарантом охраны здоровья каждого человека, согласно Конституции и иным нормативным правовым актам Республики Беларусь, общепризнанным принципам и нормам международного права, международным договорам, является государство. В Республике Беларусь политика в области охраны здоровья населения, правовые и экономические основы деятельности системы здравоохранения, регулирование общественных отношений в области охраны здоровья населения Республики Беларусь определяется Законом «О здравоохранении» от 18.06.1993 г. Существует мнение, что наш закон «О здравоохранении» воспринял ряд норм ЕС, т.к. наш почти полностью соответствует подобному закону Литвы, который одобрен Евросоюзом [1].

Наряду с социально-экономическими (ежемесячное предоставление пособия определенной группе инвалидов, предоставление работникам больничного листа для лечения с сохранением заработной платы и др.) и политическими гарантиями (пропаганда здорового образа жизни, создание нормальных экономических условий для развития здравоохранения и др.), особое внимание хотелось бы уделить организационным и правовым гарантиям, ввиду того, что в них проявляется особенность обеспечения конституционного права граждан на охрану здоровья.

Организационными гарантиями в данной сфере являются – совокупность организационных мер, направленных на создание необходимых условий для обеспечения реализации гражданам права на медицинскую помощь, санитарно-эпидемиологическое благополучие и лекарственное обеспечение.

Под правовыми гарантиями принято понимать – совокупность юридических норм и средств, обеспечивающих реализацию, охрану и защиту права граждан на здоровье и возможность защитить свои права в любых инстанциях и на любом уровне. В свою очередь их можно разделить на 2 группы:

1. Гарантии, направленные на охрану здоровья.
2. Гарантии, направленные на защиту здоровья.

Первая группа обращена к сознанию граждан, которые зависят от нравственных устоев человека. Их значение – убедить граждан следовать закону, т.е. они осуществляют предупредительное воздействие, формируя мнение о неотвратимости ответственности. Законодательство в первую очередь должно особое внимание уделить данной группе гарантий, т.к. нарушенное право на охрану здоровья иногда вообще невозможно восстановить.

Вторая группа правовых гарантий носит принудительных характер, т.к. направлена на пресечение, восстановление уже нарушенного права и привлечение виновных к ответственности. К ним относятся:

- нормы, гарантирующие возможность обращения граждан за защитой в государственные органы;
- нормы, определяющие гражданскую ответственность (возмещение вреда, причиненного здоровью, материальное возмещение вреда);
- нормы, устанавливающие уголовную ответственность (ст.144 – причинение смерти по неосторожности, ст.155 – причинение тяжкого или менее тяжкого телесного повреждения по неосторожности, ст.156 – незаконное производство аборта, ст.157 – заражение ВИЧ человека, ст. 158 – заражение венерической болезнью);
- нормы, регламентирующие административную ответственность (ст.16.7 КоАП – нарушение санитарных норм, правил и гигиенических нормативов, ст. 16.2 КоАП – сокрытие источника заражения венерической болезнью и контактов больных, создающих опасность заражения).

Переходя непосредственно к тому, что понимать под правами пациента, хотелось бы отметить, что пациентом, о котором идет речь в данной статье согласно п.16 ч.1. ст.1 Закона РБ « О здравоохранении», является физическое лицо, обратившееся за медицинской помощью, находящееся под медицинским наблюдением либо получающее медицинскую помощь.

В соответствии с Конституцией, законам о здравоохранении, о психиатрической помощи и гарантиях защиты права граждан на ее оказание, о трансплантации органов и тканей человека, общими правами пациента являются:

- получение медицинской помощи;
- выбор лечащего врача и организации здравоохранения;
- участие в выборе методов оказания медицинской помощи;
- уважительное и гуманное отношение со стороны работников здравоохранения;
- выбор лиц, которым может быть сообщена информация о состоянии его здоровья;
- отказ от оказания медицинской помощи, в том числе медицинского вмешательства, за исключением случаев, предусмотренных законодательством;
- облегчение боли, связанной с заболеванием и (или) медицинским вмешательством, всеми методами оказания медицинской помощи с учетом лечебно-диагностических возможностей организации здравоохранения;
- право граждан на бесплатную медицинскую помощь в государственных учреждениях здравоохранения;
- на государственную систему обеспечения доступности лекарственных средств.

Также в отдельных направлениях медицинской деятельности пациент имеет право на:

- получение медицинских и иных услуг в рамках программ добровольного медицинского страхования;
- на выбор страховой медицинской организации;
- на отказ от патологоанатомического вскрытия;
- на трансплантацию органов;
- на охрану здоровья граждан, страдающих психическими заболеваниями;
- право на свободу объединений.

Пациент в случае нарушения его прав может обращаться с жалобой непосредственно к руководителю или иному должностному лицу лечебного учреждения, в котором ему оказывается медицинская помощь, а также в соответствующие медицинские ассоциации, лицензионные комиссии или суд, но суд надо обращаться не с пустыми руками, а «исковым заявлением», а для этого пациент должен знать, что его права нарушены и доказать это, а процесс доказывания в данной сфере крайне сложен.

С «соответствующими» ассоциациями больше проблем. Ассоциации по правам защиты пациентов на сегодняшний день у нас в стране нет. Однако еще в 2009 г. было выдвинуто предложение по созданию организации с целью информирования, консультирования по вопросам прав пациентов, помощи и поддержке граждан в конкретных ситуациях нарушения их прав.

Мало кому известно, что в мае 2005 г. был подготовлен проект Закона Республики Беларусь «О правах пациентов», состоящий из 9 глав, включающих 46 статей. Подготовка проекта закона проведена с учетом современных тенденций совершенствования международного и национальных законодательств по правам пациентов. Данный законопроект содержал тот наиболее важный раздел – отражающий механизмы обеспечения прав пациентов и ответственность за их нарушения, включающие статьи о гарантиях защиты прав пациентов.

Таким образом, разработанный законопроект «О правах пациентов» является составной частью системы защиты прав пациентов в Республике Беларусь. В то же время это консолидированный документ более высокого уровня, учитывающий множество правовых норм, применяемых не только в сфере здравоохранения. Он прописывает механизмы реализации прав пациентов и заполняет существующие пробелы их правового регулирования. Принятие законопроекта Парламентом позволило бы законодательно обеспечить гарантии реализации прав пациентов при получении медицинской помощи.

Таким образом, на сегодняшний день, вопрос о правах пациента поднимается все чаще и чаще. В первую очередь это вызвано тем, что пациенты начинают узнавать о своих правах и о том, что они у них все-таки есть. На основе вышеизложенного, мы видим, что права и гарантии существуют и закреплены в законодательстве, однако реализации данных прав на практике в полном объеме не происходит ввиду отсутствия единого механизма их реализации. На мой взгляд, необходимо ввести Закон «О правах пациента», который консолидирует все права пациента в одном нормативном акте и поможет определить механизмы реализации прав пациента, также необходимо создание ассоциаций, которые занимались бы защитой этих пациентов, не просто информировали об их существовании, но и помогали пациентам решать конкретные проблемы, связанные с нарушением их прав.

Литература

1. *Спасюк Е.* Кто защитит права пациентов в Беларуси // [электронный ресурс]. Интернет-адрес:
http://naviny.by/rubrics/zdorovie/2009/12/14/ic_articles_292_165850.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Н. Н. Лащ

Указом Президента Республики Беларусь «Об утверждении плана подготовки законопроектов на 2012 год» была предусмотрена разработка проекта Закона Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в Водный кодекс Республики Беларусь», который излагал бы Водный кодекс в новой редакции [1]. Данный проект в настоящее время внесен в Палату представителей Советом Министров Республики Беларусь [2].

Ныне действующая редакция Водного кодекса Республики Беларусь в ст. 21 предусматривает шесть видов водопользования: общее и специальное, обособленное и совместное, первичное и вторичное [3]. Как основания возникновения права водопользования выступают также аренда и безвозмездное пользование.

Первоначальный проект новой редакции, разработанный Министерством природных ресурсов и окружающей среды, закреплял четыре вида водопользования: общее, специальное, обособленное и аренда поверхностного водного объекта [4]. Данные изменения являются положительными, так как:

- режим совместного водопользования в ныне действующей редакции четко не прописан и больше напоминает режим общего водопользования, и поэтому исключение его из видов водопользования является весьма логичным;

- в ныне действующей редакции аренда является основанием возникновения права водопользования, но к видам водопользования не относится. Такое соотношение порождает противоречия и не ясно, куда следует относить аренду: к специальному водопользованию или все же рассматривать как самостоятельный вид. Но во внесенном в Палату представителей проекте аренда опять не названа как вид водопользования.

Ст. 13 Конституции Республики Беларусь закрепляет исключительное право собственности на воды [5]. Первоначальный проект предусматривал виды водных объектов, которые не являются исключительной собственностью государства. Это пруды-копани, расположенных на земельных участках граждан, предоставленных им в частную собственность, пожизненное наследуемое владение или аренду. Возникает вопрос, является ли это нововведение противоречащим Конституции? В настоящее время такие водные объекты являются исключительной соб-

ственно государства, но предоставляются гражданам Республики Беларусь в обособленное водопользование. Во внесенном проекте эта норма исключена, и данное изменение стоит считать обоснованным.

Новшеством является введение сроков на специальное водопользование: от одного до 10 лет. Причем срок разрешения на специальное водопользование зависит от ряда факторов: опытности водопользователя, наличия у него нарушений законодательства в области использования и охраны вод, наличия у водопользователя очистных сооружений.

При осуществлении определенных видов деятельности (разведение крупного рогатого скота, химическое производство и другие) происходит комплексное воздействие на различные компоненты природной среды. Для такой деятельности требуется получение различных разрешительных документов, что нагружает административные органы. В целях оптимизации порядка осуществления административных процедур предусмотрено внедрение комплексных природоохранных разрешений.

Введение в национальную разрешительную систему в области охраны окружающей среды комплексных природоохранных разрешений направлено на сближение с законодательством Европейского союза, включающим систему комплексных разрешений в соответствии с Директивой 2008/1/ЕС от 15 января 2008 года.

Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность (планирующие осуществлять деятельность), связанную с эксплуатацией объектов, оказывающих комплексное воздействие на окружающую среду, вправе с 1 января 2012 г. получать комплексные природоохранные разрешения, а с 1 января 2016 г. осуществляют указанную деятельность только при наличии комплексных природоохранных разрешений [6]. Данное положение учтено в новой редакции Водного Кодекса. Комплексные природоохранные разрешения указываются как основание для осуществления специального водопользования и отведения сточных вод. Благодаря консолидирующей роли комплексных природоохранных разрешений может быть уменьшено количество выдаваемых разрешительных документов, развит комплексный подход к предотвращению вредного воздействия на окружающую среду хозяйственной и иной деятельности.

Расширен круг прав граждан в области охраны и использования вод. Ныне действующая редакция Водного кодекса Республики Беларусь запрещает мойку технических средств и стоянку механических транспортных средств, за исключением специально отведенных мест, в пределах водоохранной зоны. Новая редакция смягчает данную норму и устанавливает запрет на мойку и стоянку транспортных средств только в преде-

лах прибрежной полосы. Таким образом, у граждан появилось право стоянки на механических транспортных средствах в пределах водоохранной зоны.

Новая редакция Водного Кодекса вводит обязанность общественных объединений, осуществляющих деятельность в области охраны и рационального использования вод, сообщать в территориальные органы Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды Республики Беларусь, местные исполнительные и распорядительные органы о выявленных случаях нерационального использования водных ресурсов, нарушениях законодательства Республики Беларусь об охране и использовании вод, а также об авариях и иных чрезвычайных ситуациях, в результате которых произошло или может произойти загрязнение вод.

При подготовке новой редакции Водного Кодекса были учтены подходы Водной рамочной директивы ЕС и в целом требования Евросоюза в области использования и охраны вод. В проекте закона предусмотрено:

- определение экологического состояния статуса поверхностных водных объектов;
- переход на бассейновый принцип управления;
- разработка плана по управлению бассейнами рек взамен схем комплексного использования и охраны водных ресурсов.

В соответствии с опытом стран ЕС планируется выделить пять категорий экологического состояния рек и озер: отличное, хорошее, удовлетворительное, неудовлетворительное и плохое. Реки и озера будут отнесены к той или иной категории на основании прозрачности воды, содержания в ней вредных веществ, микроорганизмов и так далее. Данная классификация позволяет поддерживать качество вод на хорошем или даже отличном состоянии, путем выявления проблем индивидуально каждого водного объекта.

Новеллой Водного кодекса является положение о создании в Беларуси бассейновых советов, которые позволят обеспечить комплексное регулирование управлением водными ресурсами всего бассейна конкретной реки, а не отдельных его участков. Бассейновый совет будет совещательным органом, создаваемым для разработки рекомендаций по рациональному использованию и охране водных объектов в границах речного бассейна. В связи с созданием бассейновых советов возникает вопрос: не будут ли дублироваться полномочия территориальных органов Министерства природных ресурсов и охраны окружающей среды и бассейновых советов? Ведь два этих органа будут действовать непосредственно на месте нахождения рек.

План по управлению бассейнами рек это своеобразный инструмент управления конкретным бассейном реки. Он нужен для того, чтобы поддерживать экологическое состояние статуса поверхностных водных объектов на уровне «хороший». Такой план сам по себе должен представлять не толстую книгу результатов исследований, а рабочий документ, в котором прописаны все особенности бассейна реки и мероприятия, направленные на поддержания его «хорошего» состояния.

Следует провести разграничение между комплексными схемами использования и охраны водных ресурсов и планами по управлению бассейнами рек. Схемы использования водных объектов существовали еще в СССР. В Водном Кодексе БССР 1972 г. устанавливалось, что схемы комплексного использования и охраны вод своей главной целью имеют обеспечение потребностей водопользования [7]. Планы по управлению бассейнами рек своей главной задачей признают достижение конкретными водными объектами в определенные сроки «хорошего» экологического статуса, благодаря реализации необходимых мероприятий.

Литература

1. Об утверждении плана подготовки законопроектов на 2012 год: Указ Президента Республики Беларусь от 9 января 2012 № 21 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
2. Водный кодекс Республики Беларусь: проект Закона [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://pravo.by>.
3. Водный кодекс Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 15 июля 1998 г. (с изм. и доп.: Закон Респ. Беларусь от 20 июля 2006 г. № 162-З, от 13 июня 2007 г. № 238-З, от 29 дек. 2007 г. № 324-З, от 8 июля 2008 г. № 373-З, от 10 нояб. 2008 г. № 444-З, от 2 июля 2009 г. № 32-З, от 4 янв. 2010 г. № 109-З, от 17 мая 2011 г. № 266-З, от 14 июля 2011 г. № 293-З) // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
4. О внесении изменений и дополнений в Водный кодекс Республики Беларусь: проект Закона [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://minpriroda.by>.
5. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г.). Минск: Амалфея, 2005. С. 48.
6. О комплексных природоохранных разрешениях: Указ Президента Республики Беларусь от 17 ноября 2011 № 528 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
7. Об утверждении Водного кодекса Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 27 дек. 1972 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМАТОВ ЦИФРОВОЙ ФОТОГРАФИИ ПРИ ФОТОГРАФИРОВАНИИ В ПРОЦЕССЕ ПРОИЗВОДСТВА СЛЕДСТВЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ

М. А. Лопатко

Документальная точность фотографических изображений и сравнительно простой способ их получения открыли широчайшие возможности использования фотографии в самых различных областях человеческой деятельности.

Без преувеличения можно сказать, что в настоящее время нет таких областей человеческой деятельности, где бы не применялась или не могла быть успешно применена фотография.

Фотографический способ фиксации характеризуется большой точностью, чувствительностью и быстротой воспроизведения, а результаты его наглядны и убедительны. В силу этих качеств фотография широко применяется в следственной практике, как быстрое и надежное средство фиксации картины места происшествия, следов и иных вещественных доказательств [3, с. 37].

Фотографический способ фиксации, как дополнения к протоколу следственного действия, предусматривается уголовно-процессуальным законодательством.

Законодательно устанавливается требование, в соответствии с которым в протоколе должны быть указаны также технические средства, примененные при производстве соответствующего *следственного* действия, условия и порядок их использования, объекты, к которым эти средства были применены, и полученные результаты, если при производстве *следственного* действия применялись научно-технические средства обнаружения и закрепления следов преступления (фотографирование).

Кроме этого, в соответствии с частью 2 статьи 88, статьей 100 УПК, материалы фотосъемки, полученные, истребованные или представленные в соответствии с УПК относятся к источникам *доказательств* [1, ст.ст. 88, 100].

К протоколу прилагаются фотографические негативы и снимки выполненные при производстве *следственного* действия, а также изъятые при этом предметы.

На основании вышесказанного, *доказательственная* ценность фотоинформации, запечатленной на снимке, зависит от точного применения правил судебной фотографии и соблюдения процессуальных условий в момент фотографирования. Фотоснимки, изготовленные с соблюдением правил судебной фотографии, составляют органически связанное до-

полнение к протоколам *следственных* действию и заключениям экспертов и вместе с ними являются источником *доказательств* [2, с. 6].

Тем самым к цифровой фотографии предъявляется требование неизменности, т.е. недопустимость ретуши, соблюдение правил масштабной фотографии и обязательной документальной фиксации средств фотосъемки и условий ее производства в протоколе следственных действий.

В цифровой фотографии прямого аналога пленочному негативу, обладающему свойствами неизменности и обеспечивающему сохранность информации, не существует. Вместе с тем условным его аналогом может являться файл формата RAW – файл цифровых данных, содержащий не обработанные процессором фотоаппарата данные.

RAW с английского переводится как «сырой, незавершенный». Если в обычной жизни данное качество нельзя рассматривать как плюс, то в цифровой фотографии «сырой» формат – наиболее совершенный [6, с. 50].

RAW – на самом деле это общее название, и в зависимости от производителя фотоаппарата у фотографий может быть расширение .NEF, .CR2, .ARW и другие.

Если универсальные форматы изображения JPEG и TIFF можно считать цифровым эквивалентом конечного отпечатка, то RAW – аналог пленочного негатива. «Полуфабрикат», предполагающий различные варианты дальнейшей обработки, в ходе которой будет получен тот или иной результат.

Чтобы понять смысл «сырого» формата, стоит пойти от противного. При использовании JPEG картинка проходит пять этапов: 1) восприятие аналогового сигнала матрицей, 2) перевод в цифровую форму, 3) цветовая интерполяция, 4) обработка в соответствии с настройками камеры, 5) сжатие с потерей качества. Половина настроек встречаются в любых фотоаппаратах, в том числе пленочных (экспозиция, чувствительность ISO, метод замера, работа автоматической фокусировки). Остальные настройки имеют отношение к формату JPEG: цветопередача, баланс белого, яркость и насыщенность, микроконтраст, степень сжатия.

Цифровой «негатив» записывается на карту памяти сразу после этапа оцифровки аналогового сигнала. Они не проходят практически никакой обработки и имеют гораздо большие размеры изображения. Проще говоря, RAW – это не фотография, а лишь информация о ней, то есть те данные, которые были получены с матрицы фотоаппарата. При обработке, что характерно для данного формата, RAW-файл всегда остается неизменным, и его невозможно испортить каким-то образом. Он всегда останется в первоначальном виде, и из него можно получать самые различные картинки. Достоинством RAW-файла является как раз большой объ-

ем информации, которую он содержит. Это позволяет восстанавливать различные детали изображения, которые, например, показались нам засвеченными, или вытягивать детали из глубоких теней, которые из формата JPEG вытянуть невозможно [4, с. 24].

Кроме того, без ущерба для качества изображения, в RAW-файле можно повышать насыщенность, корректировать цвет, корректировать контраст, экспозицию и многие другие параметры.

Недостатками RAW-файла является большой объем, который примерно в 3 и более раз превышает объем файла JPEG. Для открытия, просмотра и конвертации формата RAW в формат JPEG необходимы специальные программы. Просто так просмотреть данный файл невозможно.

Также, съемка в RAW, наоборот, требует меньшей подготовки, так как этот формат позволяет исправить много ошибок, сделанных при съемке в процессе обработки. Конечно, для обработки RAW файлов требуются умения и ресурсы компьютера.

Однако массовое применение этого формата в повседневной съемке при производстве следственных действий ограничено двумя главными факторами:

1) во многих фотокамерах возможность съемки в RAW-формате не предусмотрена;

2) RAW-файлы требуют дополнительное время для обработки, даже если вся обработка сводится к элементарной конвертации в JPEG.

И если значение первого из перечисленных факторов постепенно ослабеваает в связи с растущим использованием цифровых зеркальных камер, каждая из которых независимо от бренда имеет возможность работать с RAW-файлами, актуальность навыков обработки RAW-файлов остается неизменной [5, с. 83].

Итак, подводя итог изложенному выше, можно сказать, что практическое применение в судебной фотографии файлов формата RAW поможет разрешить ряд возникших проблем, с которыми сталкивается следователь в повседневной практике. Использование именно формата RAW обеспечит возможность недопустимости фальсификации доказательственной информации, представленной в виде фотоснимка, тем самым создавая аналог негативу, более широко исследовать информацию, тем самым выполняя требования уголовно-процессуального закона об обеспечении полноты, всесторонности исследования всех обстоятельств уголовного дела [6, с. 56].

Литература

1. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь // Кодекс Республики Беларусь, 16.07.1999 N 295-3 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 25.08.2000, N 77-78, 2/71, ст.ст. 88, 100.

2. Дулов А. В. Судебная фотография: учебное пособие, издание 2-е // Минск, Высшая школа, 1978. Глава 1, С. 5–12, С. 190.
3. Ефремов А. Секреты RAW. Фотосъемка в профессиональном формате. 2 издание // «Питер», 2010. С. 148.
4. Толстой А. RAW // Linux Format № 9 (122), сентябрь 2009.
5. Солоницын Ю. А. Формат RAW – новые возможности коррекции фотоизображений // Издательство: Издательский дом «Питер», С. 96.
6. Якимов А. Новые методы криминалистического исследования фотоснимков, полученных при производстве следственных действий // Законность и правопорядок, №2(22), 2012, С. 50–56.

ОБЪЕКТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ, ПРЕДУСМОТРЕННОГО ст. 284 УГОЛОВНОГО КОДЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НАРУШЕНИЕ ВЕТЕРИНАРНЫХ ПРАВИЛ)

А. А. Пухов

Объект посягательства во многом определяет конструкцию конкретного состава преступления, место преступления в системе норм Особенной части Уголовного кодекса (далее – УК), помогает отграничивать одни преступные деяния от других [1, с. 37]. В отечественной науке уголовного права выделяют общий, групповой, родовой, видовой и непосредственный объекты преступления.

В качестве непосредственного объекта нарушения ветеринарных правил наибольшее распространение в литературе получили следующие суждения: 1) «экологическая безопасность» (В.В. Марчук, Б.В. Яцененко, И.Л. Марогулова, Н.Г. Иванов), 2) ее отраслевая составляющая – отношения в области охраны животного мира (Ю.И. Ляпунов, Л.Ю. Родина, С.Н. Радачинский, В.П. Ревин, А.Б. Мельниченко, В.А. Нерсисян), 3) синтез этих концепций (И.М. Тяжкова, Э.Н. Жевлаков, А.В. Борбат, А.И. Чучаев, А.Г. Князев, Д.Б. Чураков, А.И. Чучаев). Рядом исследователей были предприняты и другие попытки раскрыть сущность непосредственного объекта нарушения ветеринарных правил: Т.И. Ваулина – «экологическая безопасность в сфере обеспечения защиты населения от болезней, общих для человека и животных», В.В. Коряковцев, К.В. Питулько – «отношения в сфере охраны животного мира, установленный порядок ветеринарного обеспечения сельскохозяйственного производства, В.В. Сверчков, И.Ш. Борчашвили – «урегулированная правилами ветеринарии экологическая безопасность общества, обеспечивающая общественно полезную деятельность в сфере животноводства». Последними отмечалось, что дополнительным объектом могут выступать жизнь и здоровье животных, здоровье людей, жизнеспособность и экологическое равновесие экосистем.

По нашему мнению, наиболее приемлемый подход был предложен известным ученым О.Л. Дубовик. В ее работах впервые в отечественной литературе встречается формулировка «общественные отношения в области ветеринарно-санитарной безопасности» [2, с. 735]. По утверждению О. Л. Дубовик, «рассматриваемая норма направлена на обеспечение санитарно-эпидемиологической и ветеринарной безопасности населения и территории государства, т.е. охраны жизни и здоровья населения, животных от инфекционных заболеваний, заносимых как из иностранных государств, так и от источников внутри страны» [3, с. 144]. Исследователь указывала на цель применения этой нормы, не затрагивая содержательный аспект понятия «ветеринарно-санитарная безопасность». Это обстоятельство позволяет предложить следующую трактовку общественных отношений по обеспечению ветеринарно-санитарной безопасности – это комплекс (система) правовых, экономических, технологических, организационных и иных мер, опосредующих ветеринарную (и иную) деятельность, и направленных на обеспечение ветеринарного благополучия.

В литературе последовательно проводится мысль, что состав нарушения ветеринарных правил относится к числу преступлений против экологической безопасности. Следовательно, родовым объектом рассматриваемого преступления выступает «экологическая безопасность». Непосредственный объект преступления имманентно существует внутри родового объекта преступления. Он синхронно должен как отражать принципиальное содержание родового объекта, так и специфицировать его, «уменьшать его объем», придавая тем самым ему неповторимость и уникальность. Вместе с тем, полагаем, что в иерархии отношений по обеспечению экологической (родовой) и ветеринарно-санитарной (непосредственный) безопасности отсутствует соединительный элемент. В данном случае, речь идет о необходимости внедрения видового объекта. Как справедливо замечает, А. В. Пашковская, «видовой объект занимает промежуточное положение между родовым и непосредственным и является, таким образом, частью, подсистемой родового объекта, находясь с ним в соотношении «род – вид». Поэтому видовой объект можно обозначить как подгруппу близких, сходных социальных благ, входящую в более широкую группу однородных, однопорядковых ценностей [4, с. 215].

В этой связи, можно предположить, что часть уже существующих составов экологических преступлений (ст.ст. 278, 279, 280, 284 УК Республики Беларусь (далее – РБ)) по своей направленности посягает на так называемую «биологическую безопасность» [5, с. 87]. Общественная опасность перечисленных составов подчеркивается имманентными угрозами, связанными с возросшим влиянием экспериментальных биоло-

гии и медицины (в том числе и ветеринарной). Биологическая безопасность, как возможный видовой объект преступлений, представляет собой определенную новеллу уголовного права. Следовательно, этому нововведению свойственна определенная дискуссионность относительно содержательного аспекта термина. На основании критерия близости научных взглядов трактовки «биобезопасности» можно дифференцировать на две группы.

Теоретическим базисом для первой группы исследователей – являются Конвенция Организации Объединенных Наций (далее – ООН) от 05.06.1992 г. «О биологическом разнообразии» и Картахенский протокол ООН от 29.01.2000 г. «По биобезопасности к конвенции о биологическом разнообразии». Цель этих международных актов состоит в формировании правовых основ охраны биологического разнообразия от потенциальных угроз, представляемых живыми модифицированными организмами, произведенными с помощью современных биотехнологий. Вместе с тем, в этих актах содержание термина «биобезопасность» не разъясняется. Это обстоятельство, позволило определенной группе ученых (Л.В. Струтиньска-Струк, А.Г. Авдей, А.С. Спиринов, В.Р. Гофман, Т.И. Макарова, солидарно: С.Е. Дромашко, Е.Н. Макеева, Е.Г. Попов,) лимитировать объем рассматриваемого понятия до отношений в сфере обеспечения безопасности генно-инженерной деятельности.

Другая группа ученых – Ю.А. Лякишева, О.С. Машкина и А.К. Буторина, Н. И. Калинина, Т.Е. Попова и Е.В. Попова трактуют указанный термин значительно шире как защищенность человека, общества, государства, цивилизации и окружающей среды от вредного воздействия, опасного для жизни и здоровья людей токсичных и аллергенных биологических веществ и соединений, содержащихся в природных или генно-инженерно-модифицированных биологических объектах и полученных из них продуктов.

В целом, разночтения относительно контекста термина биобезопасность обусловлены: 1) издержками текстуального перевода, 2) новизной и 3) нестабильностью дефинитивного статуса. Его заимствование произошло из англоязычной литературы. Поэтому терминологически, в рамках русскоязычной интерпретации «биобезопасности» существуют 2 направления: «biosafety» и «biosecurity». Первый термин «biosafety» – используется, когда речь идет о безопасности биотехнологий (в том числе в генной инженерии) для здоровья человека, персонала, защите от патогенов и других вредных воздействий «биологического фактора». Например, данный термин используется при регламентации основ безопасности работы с микроорганизмами 1–4 групп патогенности. В свою очередь, «biosecurity» употребляется в контексте противодействия распро-

странению возбудителей опасных инфекционных болезней (в том числе животных) и различного рода вредителей растений и животных, а также «биотерроризму».

В настоящее время интерпретация бланкетного термина био-безопасность, предложенная представителями науки экологического права, позволяет его употреблять только в качестве непосредственного объекта состава нарушения правил безопасности при обращении с генно-инженерными организмами, экологически опасными веществами и отходами (ст. 278 УК РБ). Следовательно, использование термина биологическая безопасность в качестве видového объекта указанной группы преступлений станет предпосылкой для возникновения коллизии. Поэтому для целей оптимизации действующего уголовного законодательства рациональнее использовать формулировку «Медико-биологическая безопасность». Полагаем, что медико-биологическую безопасность можно определить как состояние защищенности жизни и здоровья граждан, общества, государства и окружающей среды от вредного воздействия патогенных биологических агентов, инвазионных видов и неинфекционных болезней животных и растений. Институционально, медико-биологическая безопасность – видовой объект для уголовно-правовых норм опосредующих обеспечение ветеринарно-санитарной безопасности (ст. 284 УК РБ), фитосанитарной безопасности (ст. 280 УК РБ), биологической безопасности и безопасности генно-инженерной деятельности (ст. ст. 278, 279 УК РБ).

В заключении необходимо отметить, что существующая редакция ст. 284 УК РБ не в полной мере учитывает специфику общественных отношений по обеспечению ветеринарно-санитарной безопасности. Это, в первую очередь, касается юридико-технических способов описания элементов рассматриваемого состава преступления. Так согласно ст. 65 (диверсия) УК БССР 1960 г. общественно опасными признавались случаи умышленного распространения заразных болезней животных. В УК РБ 1999 г. такие деяния были декриминализованы. Также необходимо отметить, что отсутствует дифференциация возможных субъектов преступления, не учтены в качестве возможного самостоятельного общественно опасного последствия – незаразные болезни животных, усматриваются коллизии со ст.ст. 336, 428 УК РБ и др.. Оптимизация положений ст. 284 УК РБ, возможна путем построения системы норм, представляющих собой четкий уголовно-правовой механизм охраны общественных отношений в сфере обеспечения ветеринарно-санитарной безопасности. Теоретическим базисом такой системы норм должен выступать именно объект преступления.

Литература

1. *Расторопов С.* Понятие объекта преступления: история, состояние, перспектива // Уголовное право. 2002. №1. С. 37–40.
2. Курс российского уголовного права. Особенная часть / под ред. В.Н. Кудрявцева, А. В. Наумова. М., 2002. С. 735.
3. Применение ответственности за экологические правонарушения: учебно-методич. пособие для практических работников / Ин-т гос-ва и права Росс. Акад. наук; [М. М. Бринчук и др.]; отв. ред. О.Л. Дубовик. М., 2007.
4. Курс уголовного права. Общая часть. Т. 1: Учение о преступлении / под ред. Н. Ф. Кузнецовой и И. М. Тяжковой. М., 2002.
5. *Струтинська-Струк Л. В.* Правове поняття біобезпеки як складової екологічної безпеки: проблеми визначення // Наук. вісник Чернівецького університету: Збірник наук. праць. 2004. Вип. 212. Правознавство. С. 84–89.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДОГОВОРОВ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АВАРИЙНО-СПАСАТЕЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ВОЗМЕЗДНЫХ УСЛУГ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ ЗАЩИТЫ

П. С. Соколов

В сфере безопасности жизнедеятельности населения отдельное место занимают частнопроводные отношения, которые основаны на договоре.

В законодательстве установлено, что аварийно-спасательные службы могут на договорной основе осуществлять противопожарную защиту. Заключаемые договоры на оказание аварийно-спасательной службой возмездных услуг противопожарной защиты в законодательстве не именованы.

Существенные и иные условия договора до 2004 г. в императивном порядке определял Типовой договор на организацию военизированной пожарной службы МВД на объектах народного хозяйства [1].

Согласно Типовому договору на юридическое лицо возлагалось обеспечение «Пожарной службы» пожарной техникой, транспортом, средствами связи и эксплуатационными материалами согласно нормам, утвержденным МВД, и осуществление их эксплуатационного обслуживания и ремонта. Кроме того, Типовой договор содержал ряд других условий, таких, как предоставление необходимых служебных и подсобных помещений с оборудованием и инвентарем, а также оказание коммунальных услуг (водоснабжение, освещение, отопление и ремонт помещений), выделение и оборудование территории для проведения пожарно-строевой и физической подготовки с отнесением затрат на смету субъекта хозяйствования.

Типовым договором устанавливалось, что размеры платы за противопожарное обслуживание объектов определяются сторонами в соответст-

вии с законодательством Республики Беларусь, определяющим порядок оплаты и условий труда работников военизированной пожарной службы. При принятии Правительством решения об изменении порядка оплаты, условий труда и других видов довольствия работников военизированной пожарной службы субъект хозяйствования производит перечисление необходимых дополнительных средств.

Перечисленные условия содержат действующие в настоящее время договоры.

Это в целом согласуется со ст. 16 Закона Республики Беларусь от 22 июня 2001 г. «Об аварийно-спасательных службах и статусе спасателя» [2], которая устанавливает в соответствии с договорами, заключенными с обслуживаемыми организациями, следующее возмещение затрат:

1) возмещение расходов на перевозку и размещение работников аварийно-спасательных служб, привлекаемых к аварийно-спасательным и другим неотложным работам;

2) материально-техническое, финансовое и иное обеспечение аварийно-спасательных служб;

3) оплату труда спасателей и работников аварийно-спасательных служб, выплату им вознаграждений, предоставление дополнительных оплачиваемых отпусков, бесплатное медицинское обеспечение и выплаты по временной нетрудоспособности спасателям и работникам, которые пострадали в ходе проведения указанных работ.

При этом Законом предусмотрено, что выплаты производятся также за счет средств, выделенных на ликвидацию чрезвычайной ситуации. Это говорит о возможности смешанного характера финансирования. Часть средств, выделенных на ликвидацию чрезвычайной ситуации и не использованных аварийно-спасательными службами при ликвидации чрезвычайной ситуации, остается в распоряжении этих служб и направляется на их финансирование и социальную защиту спасателей и членов их семей.

Проведенный анализ заключенных договоров показывает, что в зависимости от основных функций и видов деятельности, выполняемой профессиональной аварийно-спасательной службой по договору (профилактика и тушение пожаров), можно выделить три их вида:

- договор на пожарно-профилактическое обслуживание;
- договор на пожарно-профилактическое обслуживание, тушение пожаров и проведение аварийно-спасательных работ на объекте (объектах);
- договор возмездного оказания услуг по авиационной охране лесного фонда.

Указанная классификация данных договоров, может быть использована не только при построении специальных норм законодательства, непосредственно направленного на договорную деятельность профессиональных аварийно-спасательных служб, но и положена в основу определения их правовой природы.

Предлагаемое классификационное деление договоров в сфере оказания профессиональными аварийно-спасательными службами возмездных услуг противопожарной защиты позволит решить ряд вопросов в следующих направлениях:

- применять к содержанию договоров как общие, так и специальные нормы гражданского законодательства о сделках, договорах и обязательствах, а также использовать различные видовые и типовые конструкции договоров, определяемых гражданским законодательством;
- использовать ту форму договоров и те условия, которые стороны сочтут необходимыми в урегулировании своих взаимоотношений, не нарушая при этом как общего, так и специального законодательства, действующего в сфере безопасности жизнедеятельности;
- со временем выработать достаточную практику в регулировании договорных связей между сторонами;
- избежать ошибок при заключении и изменении договоров в деятельности профессиональных аварийно-спасательных служб.

Литература

1. Типовой договор на организацию военизированной пожарной службы МВД на объектах народного хозяйства: утв. Министром внутренних дел Респ. Беларусь, 13 июля 1994 г., // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Минск, 2012.
2. Об аварийно-спасательных службах и статусе спасателя: Закон Респ. Беларусь, 22 июня 2001 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2001. № 63. 2/782.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЕ

Д. И. Тарасов

Современные социально-экономические изменения, обусловленные глобализацией экономики, развитием информационных технологий и рядом других факторов, позволяют предположить, что характер социально-трудовых отношений неуклонно эволюционирует. Одним из признаков наступивших изменений давно стали считать феномен дистанционной работы (телеработы) – вида занятости, основанного на удалении от традиционного рабочего места, гибком режиме рабочего времени и

использовании информационных и коммуникационных технологий в качестве основы организационных связей.

По различным оценкам в настоящее время в мире насчитывается более 75 млн. дистанционных работников, из которых около 50 млн. в США, в Европе – более 20 млн., в России – более 3 млн. человек [1]. В Финляндии дистанционных работников примерно 1/3 часть от общего количества занятого населения, причем имеет устойчивая тенденция постоянного роста их численности.

Во многих развитых странах мира дистанционная работа регулируется в рамках трудового права. Например, в США дистанционная работа на федеративном уровне регулируется законом о телеработе – Telework Enhancement Act of 2010. В 2002 году на европейском уровне совместными усилиями организаций работников и работодателей было разработано Европейское рамочное соглашение о телеработе (European Framework Agreement on Telework).

Рамочное соглашение о телеработе 2002 г. было имплементировано большинством стран – членов Европейского Союза. При этом способы и процедуры имплементации, выбранные социальными партнерами, различны и обусловлены особенностями национального законодательства и практики его применения. В Испании и Франции – посредством заключения коллективных договоров и соглашений, в Великобритании и Нидерландах – посредством внесения изменений в действующее законодательство.

В Республике Австрия дистанционный труд регулируется специальным законом – «О труде надомников» 1960 г. Данный закон подробно регулирует как дистанционный труд работников, так и отношения, предваряющие, сопутствующие и последующие этому специфическому виду труда.

Исключением не стала и Российская Федерация, законодательная традиция которой наиболее близка Республике Беларусь. Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 5 апреля 2013 г. был подписан Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации", согласно которому в ТК РФ появилась новая глава (49.1) – «Особенности регулирования труда дистанционных работников».

На сегодняшний день в Республике Беларусь специфика института дистанционной работы не отражена ни в Трудовом кодексе (далее – ТК), ни в других нормативных правовых актах. Таким образом, дистанционная работа может выступать либо как гражданско-правовая сделка, в виде выполнения определенной разовой работы, либо как надомная работа (гл. 25 ТК), что не отражает ни специфики, не сути дистанционной работы.

По нашему мнению, для Республики Беларусь наиболее приемлемым является вариант внесения изменений в трудовое законодательство по примеру Российской Федерации. Очевидно, что существует определенная схожесть дистанционной работы с домашним трудом. Вместе с тем есть и существенные различия, которые не дают сторонам полноценно использовать возможности дистанционной работы. К таким различиям в первую очередь относятся: характер выполняемой работы (материальный и нематериальный), способ взаимодействия дистанционного работника и нанимателя, социальная направленность домашней работы и др.

Известно, что на практике, как правило, отношения, формально содержащие ряд признаков дистанционной работы (фриланс), регулируются в рамках гражданского права. На основе теоретических разработок ученых и законодательного опыта зарубежных стран полагаем, что можно вести речь о целесообразности трудового регулирования дистанционной работы в силу наличия признаков, характеризующих наемный труд и в этом случае.

Трудно делать футуристические прогнозы, однако можно с уверенностью утверждать, что трудовые отношения находятся на новой стадии развития. Очевидно, что вместе с изменением общественных отношений, должно развиваться и законодательство.

Дистанционная работа в Республике Беларусь это, если не существующая реальность, то очень близкое будущее. Поэтому, полагаем, что на основе законодательного опыта большинства развитых стран мира следует реализовать возможность правового регулирования дистанционной работы в рамках трудового права в Республике Беларусь.

Литература

1. *Бородин И. И.* Правовой статус телеработника (в порядке постановки задачи) // Трудовое право. 2008. № 5 С. 13–20.

LEGAL REGULATION OF PRIVATE LAND WITHDRAWAL FOR PUBLIC USE

Iona V. Fedoruk

The modern growth, expansion and development of cities, towns and villages often result in the need to establish, enlarge or improve public buildings, roads, parks and services. To achieve these goals public agencies may need to acquire private property. In this process the state is faced with a significant number of both legal and financial issues that require a solution, among them is legal regulation of land withdrawal to ensure the public interest in their use. Therefore, the most important issues should meet the needs of the state for the proper performance of its functions and observance with the constitutional

right to property through the implementation possibilities of eminent domain only for reasons of public needs.

During their existence and development most states have accumulated some experience in the process of managing the distribution and redistribution of land. There are certain norms in Belarusian legislation on this issue as well. For example, there are some provisions in articles 1, 60, 66 and 73 of Land Code of the Republic of Belarus. But the Belarusian legislation:

- does not include the definition of land withdrawal for the state needs;
- provides only the list of the state needs;
- defines the concept of land withdrawal as a set of legal actions and technical procedure of the termination of the rights to the land which has no clear interpretation;
- provides that the person, whose land is taken, can apply not only for obtaining the redemption price for the land, which is a private property, but in certain cases can also apply for receiving instead of withdrawn land of the other, equivalent site without being paid the redemption price for the withdrawn land.

In order to perfect the legislation and introduce new norms, it is necessary to do some comparison with the legislations of other countries. We did some research on legal regulation of land withdrawal in the USA. In the United States this issue is regulated by the Fifth Amendment to the Constitution which states that «nor shall private property be taken for public use without just compensation» [1]. To exercise the power of the eminent domain, the government must prove that the four elements set forth in the Fifth Amendment are present:

- 1) private property;
- 2) must be taken;
- 3) for public use;
- 4) with just compensation.

The first element requires that property taken be private. Private property includes land and other items, like buildings and other constructions.

The second element refers to taking of physical property or its portion, as well as taking of property by reducing its value. Property value may be reduced because of noise, accessibility problems and other reasons.

The third element states that the property taken be used to benefit the public rather than specific individuals.

The fourth element mandates that the amount of compensation awarded when property is seized or damaged through condemnation must be fair to the public as well as to the property owner. The amount of compensation should be measured by the owner's loss and the owner should be placed in as good a

financial position as he or she would have been in, had the property not been taken.

Whether a particular use is considered public is a question usually to be determined by courts. The court has to meet two burdens for eminent domain:

1) taking of the particular property at issue is «reasonably necessary» to achieve the city's public use;

2) taking is for «reasonably foreseeable needs».

To determine if property has been taken for public use, courts are first to determine whether the property is to be used by a broad segment of the general public, for example, building of trade centers, municipal centers, airport expansions, etc. However, if the legislature has made a declaration about a specific public use, the courts will defer to legislative intent.

Certain points of land withdrawal developed in the US jurisprudence, seem to be worth of attention and could be taken into consideration while developing the legal regulation of Belarusian legislation in this area.

One of the points is that in the USA the land taken for public purposes can be used by private owners. In the Belarusian legislation there is no clear interpretation of the definition of persons, to whom withdrawn land for state needs can be transmitted. To our mind it is necessary to fix a distinction between the land withdrawal for state needs and land withdrawal which is not connected with realization of the state needs but will be used to provide other legal and individual persons.

In the Republic of Belarus, to follow the proven experience of the USA, the regulation of public authorities' actions in land withdrawal for public use should be based on the state planning. The results of such planning should be available for public information in order that the exempted property owners could have a timely opportunity to make changes to the plans for their development and thus reduce the potential losses from such withdrawal.

The state planning of land withdrawal for public use should be conducted in the long-term perspective. Also, urban planning documentation should be considered by court in combination with other evidence when assessing the legality and validity of the decision on land taking for public use.

It is also necessary to mention that the local executive authorities must minimize the hardship that land withdrawal may entail, despite the fact that the landowners will receive equivalent compensation.

Thus, the legislative consolidation of the above mentioned provisions can play a favorable impact on raising the protection level of the rights of landowners and will help to balance the interests of the state and private persons.

Literature

1. Internet address: <http://constitutionus.com/>.

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ПОНЯТИЯ «НАЛОГОВАЯ ТАЙНА» В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В. Г. Хайтина

Современные правовые реалии требуют поиска новых подходов к определению баланса между удовлетворением потребностей индивида и общества. Институт налоговой тайны опосредует реализацию публичных интересов государства по накоплению финансовых ресурсов, выступая своеобразной гарантией защиты конституционных прав и интересов налогоплательщиков. Налоговая тайна представляет собой определенный компромисс между правом отдельного налогоплательщика на защиту информации, затрагивающей его права и интересы, и публичными интересами общества в обеспечении всеобщности налогообложения.

Определение налоговой тайны возникло в национальном законодательстве с принятием Общей Части Налогового кодекса Республики Беларусь. Статья 79 Налогового кодекса Республики Беларусь закрепляет, что налоговую тайну составляют любые сведения, полученные органами, указанными в абзацах четвертом – седьмом статьи 4 Налогового кодекса Республики Беларусь, о плательщиках (иных обязанных лицах). Кроме того, в данной статье приведен перечень сведений, которые не могут составлять налоговую тайну [1].

В настоящее время практически отсутствует судебная практика по указанной проблематике, что свидетельствует, в том числе об уровне правового сознания налогоплательщиков, которые, несмотря на нарушения гарантированные налоговой тайной прав, не используют, предусмотренные Налоговым кодексом средства правовой защиты. Представляется, что затруднения при практической реализации механизма защиты сведений, составляющих налоговую тайну, сопряжены с несовершенством правового регулирования указанного института.

Толкование слова «тайна» осуществляется в двух контекстах: с одной стороны, скрытости, неизведанности какой-либо информации для третьих лиц, с другой стороны, – для собственного восприятия. Социальная природа тайны проявляется прежде всего в значимости определенного объема осмысленной информации для конкретного социального субъекта и необходимости ограничения доступа третьих лиц.

В законодательстве содержание института «налоговая тайна» раскрывается с использованием понятия «любые сведения». На основании статьи 1 Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008 года № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» информация – это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и

процессах независимо от формы их представления [2]. Согласно приведенному определению объем понятие «информация» составляет совокупность знаний, сведений о явлениях. Из смысла определения «информация» явствует, что понятие включает в себя сведения осмысленные, преобразованные человеческим сознанием. В соответствии с вышесказанным, для законодательного закрепления определения «налоговая тайна» логичным является использование следующей конструкции: налоговую тайну составляет любая информация, полученная органами, указанными в абзацах четвертом – седьмом статьи 4 Налогового кодекса Республики Беларусь.

Целесообразным также представляется дополнить легальное определение налоговой тайны указанием, что информация может быть любой по форме: текстовые и графические документы, информация, зафиксированная на электронных носителях, независимо от формы ее предоставления, кодирования и хранения.

Правовое регулирование содержательной части налоговой тайны включает в себя определенные ограничения (исключения). Законодатель определяет объем информации, которая не может составлять налоговую тайну. Как справедливо отмечает А. А. Фатьянов: «Именно ограничения являются самым важным критерием легальности сведений, на которые возможно распространение правового режима тайны» [3, с. 12]. Критерий легальности собственно является критерием отнесения той или иной информации к тайне.

Содержательная часть налоговой тайны должна ставиться в абсолютную зависимость от правомерных интересов налогоплательщиков (иных обязанных лиц). Следует учесть, что статьей 79 Налогового кодекса Республики Беларусь не предусмотрен какой-либо определенный перечень информации, защищаемой в режиме налоговой тайны, лишь называется круг сведений, которые не могут составлять налоговую тайну. Следовательно, такая информация может быть любой, как непосредственной связанной с вопросами налогообложения, так и информация иного характера (личная и семейная тайна, коммерческая тайна).

Представляется, что ограниченное правоприменение указанной нормы также связано с отсутствием критериев разграничения информации, составляющей налоговую тайну, и таковой не являющейся.

Получение налоговыми и иными указанными в законе органами информации, составляющей налоговую тайну, осуществляется в рамках публично-правовых правоотношений, основанных на властном подчинении одной стороны другой. С точки зрения автора, в законе следует отразить ссылку на то, что содержание налоговой тайны могут составлять сведения, полученные уполномоченными органами в порядке реа-

лизации прав и обязанностей, установленных налоговым законодательством. Такое дополнение корреспондирует принципу законности, установленному статьей 7 Конституции Республики Беларусь [4]. Информация, полученная должностным лицом не в рамках осуществления своих полномочий, налоговой тайной не является. Закрепление законного порядка получения сведений, составляющих налоговую тайну, исключит возможность должностных злоупотреблений сотрудниками указанных органов.

Из законодательного определения налоговой тайны можно установить круг лиц, обязанных не разглашать сведения, составляющие налоговую тайну: налоговые органы, таможенные органы, республиканские органы государственного управления, органы местного управления и самоуправления, а также уполномоченные организации и должностные лица, осуществляющие в установленном порядке, помимо налоговых и таможенных органов, прием и взимание налогов, сборов (пошлин), органы государственного контроля, финансовые органы.

По мнению автора, перечень субъектов, указанных в законодательстве, обязанных хранить налоговую тайну, является неполным. Указанная правовая норма должна распространяться и на привлекаемых налоговыми органами специалистов, экспертов, переводчиков и других лиц, не наделенным статусом должностных лиц уполномоченных органов, которым в процессе осуществления профессиональных обязанностей стала известна информация, составляющая налоговую тайну. Сохранность такой информации частично обеспечивается в режиме профессиональной тайны (служебная тайна, аудиторская тайна). Однако в отношении ряда субъектов, таких как налоговые агенты, не предусмотрена обязанность сохранять сведения, составляющие налоговую тайну.

Реализация изложенных предложений по совершенствованию правовой конструкции понятия «налоговая тайна» позволит привести определение в соответствие с иными нормативно-правовыми актами Республики Беларусь, будет способствовать совершенствованию национального законодательства, расширит сферу правоприменения указанной нормы, что обеспечит защиту прав и интересов налогоплательщиков.

Литература

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть): принят Палатой представителей 15 ноября 2002 г., одобр. Советом Республики 02 декабря 2002 г.: текст Кодекса по состоянию на 26 окт. 2012 г.
2. Об информации, информатизации и защите информации: Закон Респ. Беларусь, 10 ноября 2008 г., № 455-3.
3. *Фатьянов А. А.* Тайна и право. М., 1998.

4. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.).

СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЯЗАТЕЛЬНОГО УЧАСТИЯ ЗАЩИТНИКА В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И УКРАИНЫ

Т. А. Храбряя

На уровне Конституции свое закрепление получают права и законные интересы граждан. К числу таких прав относится право на судебную защиту и получение юридической помощи, которая в определенных случаях оказывается бесплатно. Такие нормы закреплены в ст. 62 Основного Закона Республики Беларусь, ст.ст. 46, 48 Конституции Российской Федерации, а также в ст. 59 Конституции Украины.

В развитие указанных конституционных принципов в ряде случаев участие защитника в уголовном процессе является обязательным. Однако, если сама необходимость участия защитника для обеспечения и соблюдения прав и свобод подозреваемого, обвиняемого в определенных случаях является бесспорной, то вопрос, в каких именно случаях участие адвоката-защитника обязательно, решается уголовно-процессуальным законодательством государств различно.

Обратимся к случаям обязательного участия защитника, которые содержатся в уголовно-процессуальных законах трех стран. Участие защитника является обязательным, если подозреваемый или обвиняемый являются несовершеннолетними. Это закреплено в п. 2 ч. 1 ст. 51 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (далее – УПК РФ) и п. 2 ч. 1 ст. 45 Уголовно-процессуального кодекса Республики Беларусь (далее – УПК Республики Беларусь).

Для детального понимания данного положения обратимся к актам законодательства Российской Федерации и Республики Беларусь. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации «О судебной практике применения законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности и наказания несовершеннолетних» в пп. 2 п. 8 устанавливает, что дополнительные гарантии реализации права на защиту в отношении несовершеннолетних заканчивают свое действие по достижении ими восемнадцатилетнего возраста. Постановление Пленума Верховного суда Республики Беларусь «О судебной практике по делам о преступлениях несовершеннолетних» в п.8 закрепляет, что участие защитника по делу о преступлении несовершеннолетнего обязательно независимо от того, достиг ли обвиняемый совершен-

нолетия ко дню судебного разбирательства. Уголовно-процессуальный кодекс Украины (далее – УПК Украины) содержит иную формулировку. Обязательное участие защитника в уголовном производстве обеспечивается относительно лиц, которые подозреваются или обвиняются в совершении преступления в возрасте до 18 лет (п. 1 ч. 2 ст. 52 УПК Украины). Представляется, что подход, используемый в УПК Украины и Беларусь, является более гуманным, обеспечивает более полную и всестороннюю защиту интересов лица, совершившего преступление в тот момент, когда его личность еще полностью не сформирована.

В уголовно-процессуальном законодательстве всех исследуемых стран закреплено положение, согласно которому помощь защитника предоставляется лицам, которые в силу физических или психических недостатков не могут самостоятельно осуществлять свое право на защиту. Если подозреваемый, обвиняемый не владеет языком, на котором ведется производство по уголовному делу, ему в обязательном порядке обеспечивается участие защитника (п. 4 ч. 1 ст. 51 УПК РФ и п. 4 ч. 2 ст. 52 УПК Украины, п. 3 ч. 1 ст. 45 УПК Республики Беларусь). Прогрессивным является положение, нашедшее отражение в белорусском УПК, согласно которому наряду с не владеющими языком уголовного производства, таким правом наделяются лица, являющиеся неграмотными.

Обязательным является участие защитника в случаях, когда преступление, в котором подозревается или обвиняется лицо, является особо тяжким (ч. 1 ст. 52 УПК Украины и п. 5 ч. 1 ст. 45 УПК Республики Беларусь). УПК РФ устанавливает, что участие адвоката обязательно, если лицо обвиняется в преступлении, за которое может быть назначено наказание в виде лишения свободы на срок свыше пятнадцати лет, пожизненное лишение свободы или смертная казнь. Эта санкция, на основании Уголовного кодекса Российской Федерации, соответствует категории особо тяжкого преступления.

Сложившаяся практика и тенденции развития уголовно-процессуальной науки рассматриваемых стран предопределили специфические случаи обязательного участия защитника в уголовном процессе.

В законодательстве Республики Беларусь такими случаями являются: наличие противоречий между интересами подозреваемых или обвиняемых, если хотя бы один из них имеет защитника (п. 6 ч. 1 ст. 45 УПК Республики Беларусь); ходатайство обвиняемого (подозреваемого) о предоставлении ему защитника (п. 1 ч. 1 ст. 45 УПК Республики Беларусь). Данные положения являются последовательным развитием неотъемлемого принципа состязательности и равенства сторон в процессе и предоставляют обвиняемому (подозреваемому) дополнительные гарантии для защиты своих прав и законных интересов.

Обратившись к уголовно-процессуальному законодательству Украины, отметим, что защитник обязательно принимает участие в уголовном процессе, если к подозреваемому или обвиняемому предусматривается применение принудительных мер воспитательного характера. Кроме того, обязательное участие защитника предусматривается и в отношении лиц, к которым могут быть применены принудительные меры медицинского характера или решается вопрос об их применении.

Особое внимание хотелось бы обратить на п. 6 ч. 1 ст. 52 УПК Украины, где регламентировано обязательное привлечение защитника в делах по реабилитации умершего лица. Реабилитация в уголовном процессе означает порядок восстановления прав и свобод лица, незаконно или необоснованно подвергнутого уголовному преследованию, и возмещения причиненного вреда. Таким образом, государство предоставляет дополнительные гарантии необоснованно пострадавшим от неправомерных действий органов, осуществляющих уголовный процесс.

Российский уголовно-процессуальный закон, в свою очередь, закрепляет важнейшее положение об обязательности участия защитника в судебном разбирательстве, если уголовное дело подлежит рассмотрению судом с участием присяжных заседателей (п. 6 ч. 1 ст. 51 УПК РФ).

Стоит отметить, что о необходимости существования такого института в Республике Беларусь говорят многие белорусские ученые, в частности, профессор И.И. Мартинович [1, с. 8–10]. Введение института суда присяжных предусматривается в соответствии с Концепцией судебно-правовой реформой 1992 г. и п. 2 Послания о перспективах развития системы общих судов Республики Беларусь [8, с. 19].

В заключении хотелось бы отметить, что правовая система государства нуждается в своевременном совершенствовании. Одним из путей модернизации законодательства, в том числе и уголовно-процессуального, является изучение и обобщение опыта различных государств. Многие положения УПК Республики Беларусь заслуживают детального изучения законодателями других стран. Вместе с тем, на основе опыта Российской Федерации и Украины целесообразно включить следующие случаи обязательного участия защитника: если к подозреваемому или обвиняемому предусматривается применение принудительных мер воспитательного характера либо могут быть применены принудительные меры медицинского характера; по делам о реабилитации умершего; а также при рассмотрении уголовного дела судом присяжных (после введения в уголовный процесс данного института).

Литература

1. Данилевич А. А. Судостроительство / под ред. А.А. Данилевича, И. И. Мартинович. Минск : Амалфея, 2010.

2. Интернет-адрес: http://www.Kalinovsky-k.narod.ru/zakon/upk_ukr.rar.
3. Интернет-адрес: <http://www.ukrconsulting.biz/Конституция-Украины-на-русском-языке.html>.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). Минск : Амалфея, 2005. С. 48.
5. Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г.: офиц. текст. М.: Юрист, 2005. С. 56.
6. *Мартинovich И. И.* Почему нам нужен суд присяжных заседателей // Юстиция Беларуси. 2012. № 4. С. 8–10.
7. О судебной практике применения законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности и наказания несовершеннолетних: постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации, 1 февр. 2011 г., №1 // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». М., 2013.
8. Об обеспечении права на защиту в уголовном процессе : постановление Пленума Верховного Суда Респ. Беларусь, 24 сент. 2009 г., № 7 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
9. Послание о перспективах развития системы общих судов Республики Беларусь, утв. Указом Президента Республики Беларусь, 10 октября 2011 г., № 454 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2013.
10. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 24 июня 1999 г.: одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 23 янв. 2012 г. Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2012.
11. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации: принят Гос. Думой 22 нояб. 2001 г.: одобр. Советом Федерации 5 дек. 2001 г. // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». М., 2013.

ДОПУСК ЗАЩИТНИКА В УГОЛОВНЫЙ ПРОЦЕСС. ПРИГЛАШЕНИЕ, НАЗНАЧЕНИЕ ЗАЩИТНИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ, РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И УКРАИНЕ

Е. А. Шакун

Одним из основополагающих неотъемлемых прав гражданина является право на получение юридической помощи, а также право на защиту, нашедшие свое закрепление в ст. 62 Конституции Республики Беларусь, ст.ст. 46, 48 Конституции Российской Федерации и ст. 59 Конституции Украины. В уголовном процессе данное право подозреваемого, обвиняемого осуществляется с помощью защитника. Весьма важен сам процесс привлечения защитника к участию в уголовном процессе: каким образом и с какого момента осуществляется его допуск.

При изучении соответствующих статей Уголовно-процессуального кодекса Республики Беларусь (далее – УПК Республики Беларусь), Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (далее – УПК РФ) и Уголовно-процессуального кодекса Украины (далее – УПК Украины) обратим внимание на то, что при привлечении защитников в уголовный процесс используются такие способы как приглашение и назначение.

Приглашение защитника заключается в том, что данный участник уголовного процесса участвует в производстве по материалам и уголовному делу по приглашению подозреваемого, обвиняемого, их законных представителей, а также близких родственников, других лиц по просьбе или с согласия подозреваемого или обвиняемого (ч. 1 ст. 46 УПК Республики Беларусь, ч. 1 ст. 50 УПК РФ, ч. 1 ст. 48 УПК Украины).

Уголовно-процессуальное законодательство Республики Беларусь и Украины предусматривает назначение защитника в случаях, если участие защитника является обязательным, а подозреваемый, обвиняемый не привлек защитника (п. 3 ч. 2 ст. 46 УПК Республики Беларусь и п. 1 ч. 1 ст. 49 УПК Украины), а также по ходатайству о привлечении защитника, если по объективным причинам нет возможности привлечь его самостоятельно у подозреваемого, обвиняемого (п. 1 ч. 2 ст. 46 УПК Республики Беларусь и п. 2 ч. 1 ст. 49 УПК Украины). УПК Украины предоставляет возможность органу уголовного преследования возможность назначить защитника, если этого требуют обстоятельства уголовного производства, а подозреваемый, обвиняемый не привлек его. По просьбе подозреваемого, обвиняемого участие защитника обеспечивается дознавателем, следователем или судом (ч. 2 ст. 50 УПК РФ). Подобная формулировка содержится в ч. 1 ст. 48 УПК Украины.

Любой защитник, вне зависимости от того каким образом он привлечен к участию в уголовном процессе допускается к участию с момента, указанного в уголовно-процессуальном законодательстве.

Обратим внимание на то, что в ст. 49 УПК РФ говорится не о допуске адвоката к уголовному делу, а о его участии в деле. Такая формулировка предполагает уведомительный порядок вступления защитника в уголовное дело. Согласно п. 1 ч. 3 ст. 49 российского закона защитник привлекается к участию в уголовном деле с момента вынесения постановления о привлечении лица в качестве обвиняемого. В УПК Республики Беларусь содержится положение, в соответствии с которым защитник допускается к участию в деле с момента признания лица подозреваемым или предъявления обвинения. Данное положение соответствует разрешительному порядку вступления защитника в уголовное дело.

В соответствии с ч. 4 ст. 44 УПК Республики Беларусь и п. 2 ч. 3 ст. 49 УПК РФ защитник допускается к участию в уголовном деле с момента возбуждения уголовного дела (УПК Республики Беларусь), вынесения в отношении лица постановления о возбуждении уголовного дела (УПК РФ). Представляется, что уже в уведомлении о возбуждении, которое в силу ч. 4 ст. 146 сразу же (в тот же день) после утверждения прокурором постановления следователя, органа дознания или дознавателя о возбуждении дела направляется подозреваемому, ему должно быть разъяснено право на приглашение или назначение защитника. Иное следует квалифицировать как нарушение права подозреваемого на защиту [1, с. 163].

Также защитник допускается к участию в уголовном деле с момента фактического задержания (ч. 4 ст. 44 УПК Республики Беларусь, п. 3 ч. 3 ст. 49 УПК РФ). Однако в УПК РФ при этом сделана оговорка, что такой допуск производится в случаях, «предусмотренных статьями 91 и 92 УПК» и в случаях «применения к нему в соответствии со ст. 100 УПК меры пресечения в виде заключения под стражу». УПК косвенно предполагает, что защитник на самом деле появляется не с момента физического лишения подозреваемого свободы передвижения, а в течение суток после этого момента, т. к. подозреваемый должен быть допрошен в течение 24 часов с момента фактического задержания (п. 2 ч. 2 ст. 46).

Единственный выход из данного противоречия – разъяснить право на приглашение или назначение защитника непосредственно после лишения подозреваемого свободы передвижения [1, с. 163].

Обратим внимание, что в УПК РФ Федеральным законом от 06. 06. 2007 № 90-ФЗ введен п. 3. 1, согласно которому защитник привлекается к участию в уголовном деле с момента вручения уведомления о подозрении в совершении преступления в порядке, установленном ст. 223.1 УПК РФ. В Республике Беларусь уведомление осуществляется путем принятия соответствующего процессуального документа (постановления), которым лицо признается подозреваемым (п. 2 ч. 2 ст. 41 УПК Республики Беларусь).

В Российской Федерации защитник участвует в уголовном деле также с момента объявления лицу, подозреваемому в совершении преступления, постановления о назначении судебно-психиатрической экспертизы (п. 4 ч. 3 ст. 49 УПК РФ). Это означает, что данный процессуальный документ должен быть оглашен в присутствии защитника. Данный факт удостоверяется подписью подозреваемого [9, с. 104].

В соответствии с п. 5 ч. 3 ст. 49 УПК РФ защитник может быть привлечен к участию в уголовном процессе с момента начала осуществления мер процессуального принуждения или иных процессуальных дей-

ствий, затрагивающих права и свободы лица, подозреваемого в совершении преступления, перечисленных в ст.ст. 103–107 УПК. Началом иных мер процессуального принуждения или других процессуальных действий, затрагивающих права и свободы подозреваемого, обычно является решение органа, ведущего уголовный процесс, о применении к подозреваемому соответствующих мер процессуального принуждения, предусмотренных главой 14 УПК РФ, а также оглашение постановления о производстве следственного действия (обыска, освидетельствования и т. п.) [5, с. 146].

Согласно ч. 4 ст. 44 УПК Республики Беларусь момент допуска защитника в уголовный процесс определяется моментом применения меры пресечения.

Нововведением УПК РФ является п. 6 ч. 3 ст. 49, в котором предусмотрено, что защитник допускается к участию в уголовном деле с момента начала осуществления процессуальных действий, затрагивающих права и свободы лица, в отношении которого проводится проверка сообщения о преступлении в порядке, предусмотренном ст. 144 УПК.

Проанализировав нормы УПК РФ и УПК Республики Беларусь, обратимся к ч. 1 ст. 48 УПК Украины, где говорится о том, что защитник может быть в любой момент привлечен подозреваемым, обвиняемым, их законными представителями, а также другими лицами по просьбе или с согласия подозреваемого, обвиняемого к участию в уголовном деле. Т.е. в данной норме не конкретизируется, когда именно защитник допускается к участию в уголовном деле.

Подводя итог, отметим, что правовая регламентация момента и способов допуска защитника к участию в уголовном деле важна, т. к. является элементом механизма получения юридической помощи. В данном контексте целесообразно изучение зарубежного опыта стран со схожей правовой системой: Российской Федерации и Украины. Учитывая опыт исследуемых стран, представляется, что в УПК Республики Беларусь необходимо предусмотреть допуск защитника не только с момента начала применения меры пресечения, но с момента начала осуществления мер процессуального принуждения или иных процессуальных действий, а также с момента начала осуществления процессуальных действий, затрагивающих права и свободы лица, в отношении которого проводится проверка сообщения о преступлении.

Литература

1. Интернет-адрес: http://www.Kalinovsky-k.narod.ru/zakon/upk_ukr.rar.
2. Интернет-адрес: <http://www.ukrconsulting.biz/Конституция-Украины-на-русском-языке.html>.

3. *Смирнов А. В.* Комментарий к Уголовно-процессуальному кодексу Российской Федерации. Постатейный / Под общ. ред. А.В. Смирнова. СПб.: Питер, 2004.
4. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). Минск : Амалфея, 2005.
5. Конституция Российской Федерации: принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г.: офиц. текст. М.: Юрист, 2005.
6. *Рыжаков А. П.* Уголовный процесс // М.: Издательство НОРМА, 2003.
7. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 24 июня 1999 г.: одобр. Советом Респ. 30 июня 1999 г.: текст Кодекса по состоянию на 23 янв. 2012 г. Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2012.
8. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации: принят Гос. Думой 22 нояб. 2001 г.: одобр. Советом Федерации 5 дек. 2001 г. // Консультант Плюс: Версия Проф. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». М., 2013.
9. *Бурдин А. Н., Зажинский В. И, Тетерин Б. С.* Уголовный процесс: Общие положения и досудебное производство / Под. общ. ред. Б.С. Тетерина, Е.З. Трошкина. Минск: Тесей, 2007.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ 3-D МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ СУДЕБНЫХ ЭКСПЕРТИЗ

П. В. Шиманович

С каждым годом человек все сильнее развивает свою техническую мощь. Никто не может представить себя без мобильного телефона и компьютера. Такие возможности, которые создал для себя сам человек, позволяют совершенствоваться во многих сферах жизни. Такой момент касается и криминалистики [1, с. 3].

Так следует отметить, что вместе с активным техническим прогрессом растут и требования к качеству заключений судебных экспертиз.

Неплохо зарекомендовало себя и трехмерное моделирование при производстве экспертиз. Помочь в данном вопросе могут такие пакеты трехмерного моделирования и анимации как Maya, Autodesk 3DS Max, Blender 2.61 Poser и др.

Сферы применения указанных программ обширны (кинематография, мультипликация, компьютерные игры, архитектура, инженерия и многое другое). Однако это не все. Возможностями трехмерного моделирования заинтересовались эксперты. Интерес проявляется не только на стадии предварительного исследования, но и при производстве экспертиз.

Остановимся на возможности применения пакета Autodesk 3DS Max, для моделирования и «прорисовки» возможных ситуаций в решении ситуационных экспертиз. Программа содержит модуль Character Studio – средство для анимации персонажей, выполнен в виде plug-in'a (плагины)

(в последних версиях является составной частью программы), состоит из двух независимых модулей Viped (создание и анимация скелета) и Physique (модификатор, позволяющий связать скелет с сетчатой полигональной оболочкой персонажа). Наибольший интерес представляет скелет, который может иметь различный внешний вид [2].

Его возможность генерировать реалистичные движения человека, устранение проблем, связанных с программным решением обеспечения движения человеческого тела в трех измерениях, наличие взаимосвязанного комплекса суставов и их связь с условным центром тяжести, а также воспроизведение динамики, в соответствии с законами гравитации, возможность визуально, соответственно предлагаемым ситуациям, взаиморасполагать в трехмерном пространстве сами фигуры моделей, их отдельные члены, вносить в сцену условные орудия совершения преступления и многое другое позволяет решать большой круг вопросов, вынесенных на разрешение ситуационных экспертиз, связанных с их наглядностью и визуальным восприятием. Возможность создания скелета с учетом метрической системы измерений позволяет производить сопоставление моделей в сцене с учетом реального роста участников событий. Отдельного внимания заслуживает то обстоятельство, что после подготовки сцены и ее предварительной визуализации сохранять на электронные носители можно файлы, фиксирующие как отдельные моментные условия событий в виде растровых изображений, так и развитие динамики событий с сохранением в видео-файл или аудиовизуальный документ.

Большая функциональность программы позволяет дать ответы на наиболее частые вопросы, задаваемые эксперту в ходе проведения экспертиз.

В практике известен случай, когда в судебном заседании подсудимый заявил об обстоятельствах причинения повреждений потерпевшему при условии, когда тот сам наткнулся на нож во время нападения на обвиняемого, у которого в руке был нож. При исследовании трупа установлено, что колото-резаная рана располагается на передней поверхности брюшной стенки, в эпигастральной области, направление раневого канала спереди назад, сверху вниз. При допросе эксперту был задан вопрос о возможности образования повреждения при указанных подсудимым условиях. Наличие схем, иллюстрирующих указанную экспертизу, выполненных в графическом редакторе 3ds max, позволило исключить такой вариант их образования [3].

Таким образом, широкое распространение и доступность, а также многообразие компьютерных программ трехмерного моделирования, применяемых в различных, в основном «не смежных» с медициной сферах, простота использования отдельных модулей и плагинов этих про-

грамм может оказать существенную помощь судебно-медицинским экспертам и участникам следственных действий в устранении части пробелов, связанных с недостаточностью документальных сведений, иллюстрирующих варианты развития событий совершения преступлений (фототаблиц, схем, видеофрагментов и др.), предлагаемых на разрешение ситуационных судебно-медицинских экспертиз.

Отдельным моментом является трехмерное графическое масштабное моделирование ДТП [4, с. 2].

Идея возникновения визуализированного представления этапов экспертного исследования (в данном случае транспортной трасологии) возникла в связи с перегруженностью описательными образами заключения эксперта, данного в традиционной письменной форме. При чтении стандартного заключения транспортно-трасологической экспертизы (ТТЭ), составленного на 10–20 машинописных листах, по мере приближения к выводам сторонний читатель все меньше и меньше представляет себе картину произошедшего.

Чаще всего, все внимание читающего обращено к содержанию выводов, и мало кто занимается сопоставлением изложенного в исследовательской части с содержанием выводов. Однако не стоит закрывать на это глаза, данным недостатком подвержены практически все виды технических экспертиз.

Нами предлагается называть видео-приложение к заключению эксперта уже известным и используемым термином: аудио-визуальный документ. Содержание данного документа соответствует содержанию заключения эксперта, данного в традиционной письменной форме с соблюдением методики ТТЭ.

Основные преимущества применения предлагаемого способа (метода) изложения экспертного исследования можно разделить на несколько составляющих.

Полное и ясное представление информации об объектах исследования. Имеется возможность представить осмотр автомобилей-участников ДТП в виде видеосъемки, имеющей неоспоримые преимущества перед статическим кадрами фотографий, не передающих объемность (глубину) и рельефность повреждений.

На стадии моделирования участков местности и автомобилей выявляются ошибки или недочеты, образующиеся в результате абстрактности представляемых исходных данных. Абстрактность – упрощение вплоть до потери действительно важной информации, – вытекает из субъективности восприятия обстоятельств ДТП лицом, производящим осмотр места происшествия, составляющим схему ДТП, протокол осмотра ТС и пр.

Донесение до других субъектов судебной экспертизы (органов и лиц, назначивших ее проведение, участников процесса) логической последовательности перехода от анализа установленных свойств объектов к обстоятельствам, приведшим к их образованию. Здесь речь идет об анализе трасологической классификации – крайне важном аспекте, восприятие которого влияет на правильное понимание постулатов экспертного исследования, лежащих в основу выводов о первоначальном направлении движения автомобилей и взаимном расположении автомобилей в момент удара.

Моделирование обстоятельств ДТП на реальном изображении местности позволяет установить саму возможность существования факта [3].

Сама анимация ДТП, являющаяся одним из способов ретрологического исследования, позволяет установить по тщательно проанализированным последствиям причины их возникновения.

Литература

1. *Дергай Г. Б., Исютин-Федотков Д. В.* Современные возможности судебных экспертиз и тактика получения образцов для сравнительного исследования: Учеб. пособие./Г. Б. Дергай, Д. В. Исютин-Федотков, Мн: Академия МВД Республики Беларусь, 2005. С. 150.
2. *Михальчук А. Ю.* Некоторые возможности применения компьютерных программ трехмерного моделирования для решения задач ситуационных экспертиз// Избранные вопросы судебной медицины и экспертизы практики 2012 №12.
3. Особенности моделирования дорожно-транспортных происшествий. [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: http://экспертизы-оценка.рф/?p=nov_4.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРАВИЛ НАЗНАЧЕНИЯ НАКАЗАНИЯ ПРИ РЕЦИДИВЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Р. Е. Юльский

Совершение нового умышленного преступления лицом, имеющим не снятую или не погашенную судимость за умышленное преступление (рецидив преступлений), свидетельствует о повышенной общественной опасности личности преступника. При рецидиве преступлений виновный, несмотря на отрицательную оценку его предыдущей противоправной деятельности со стороны суда, демонстрирует путем совершения нового преступления свое пренебрежительное отношение к интересам общества и государства.

Преступное поведение в случае рецидива преступлений, как справедливо отмечает И.Б. Агаев, «требует дополнительных мер государствен-

ного принуждения, что выражается в необходимости усиления ответственности» [1, с. 16].

Трудно не согласиться с мнением Т. М. Кафарова о том, что «установление законодателем положений об усилении наказуемости при рецидиве преступлений призвано обеспечить тесно связанные между собой цели частной и общей превенции» [2, с. 193].

Действующий Уголовный кодекс Республики Беларусь 1999 года (далее – УК Республики Беларусь) в нормах ст. 65 содержит специальные правила назначения наказания при рецидиве преступлений. В частности, согласно ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь срок наказания при опасном рецидиве не может быть менее половины, а при особо опасном рецидиве – менее двух третей максимального срока наиболее строгого вида наказания, предусмотренного за совершенное преступление.

Согласно названным правилам суд, во-первых, обязан назначить виновному наиболее строгий вид наказания из предусмотренных санкцией соответствующей статьи, во-вторых, должен назначить наказание по сроку не менее половины (при опасном рецидиве преступлений) или не менее двух третей (при особо опасном рецидиве преступлений) максимального срока наказания.

На первый взгляд, формулировка ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь не вызывает никаких вопросов.

Например, лицо, ранее трижды осуждавшееся за кражу и отбывавшее наказание в виде лишения свободы за указанные преступления, вновь совершает кражу и осуждается за это судом к лишению свободы. Суд (при отсутствии иных квалифицирующих признаков помимо судимости), квалифицирует действия виновного по ч. 2 ст. 205 УК Республики Беларусь. В деяниях виновного усматривается опасный рецидив преступлений (п. 1 ч. 2 ст. 43 УК Республики Беларусь). Следовательно, при назначении наказания применению подлежат правила ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь. Санкция ч. 2 ст. 205 УК Республики Беларусь предусматривает максимально строгое наказание в виде лишения свободы сроком до 4 лет, а минимально возможный срок наказания в виде лишения свободы – 6 месяцев (ч. 1 ст. 57 УК Республики Беларусь). В силу ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь виновному должно быть назначено не менее половины максимального срока наиболее строгого вида наказания, предусмотренного за совершенное преступление, то есть не менее 2 лет лишения свободы. Таким образом, при опасном рецидиве кражи происходит реальное усиление ответственности виновного.

Вместе с тем, моделирование различных ситуаций совершения лицом преступлений, образующих опасный и особо опасный рецидив преступлений, показывает, что правила ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь во

многих случаях (особенно при рецидиве тяжких и особо тяжких преступлений, когда законодателем установлен высокий порог минимального размера наказания) не действуют.

Например, если опасный рецидив преступлений образует совершение такого преступления как захват заложника, совершенный повторно организованной группой (ч. 3 ст. 291 УК Республики Беларусь), то правила ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь предписывают суду назначить виновному наказание в виде лишения свободы на срок не менее 7 лет 6 месяцев (поскольку санкция ч. 3 ст. 291 УК Республики Беларусь предусматривает максимально строгое наказание в виде 15 лет лишения свободы). Однако санкция ч. 3 ст. 291 УК Республики Беларусь содержит в себе указание на нижний предел наказания – 10 лишения свободы.

Схожая картина наблюдается, например, при опасном рецидиве преступлений, который образует повторное совершение незаконного оборота наркотических средств. Санкция ч. 3 ст. 328 УК Республики Беларусь предусматривает наказание от 8 до 13 лет лишения свободы, а ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь при опасном рецидиве обязывает суд назначить виновному наказание в виде лишения свободы на срок не менее 6 лет и 6 месяцев.

Из приведенных выше двух примеров следует что, нормы ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь могут не оказывать влияния на ужесточение наказания лицу, допустившему опасный, особо опасный рецидив преступлений путем повторного совершения некоторых категорий тяжких и особо тяжких преступлений. Следует согласиться с мнением Н. А. Бабя, что такое положение вещей вызвано в том числе и недостатками законодательной техники при формулировании специальных правил назначения наказания при опасном и особо опасном рецидиве преступлений [3, с. 129–130].

В целях решения обозначенной проблемы целесообразно, с нашей точки зрения, дополнить ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь положением о том, что если в соответствующей статье Особенной части УК Республики Беларусь для наиболее строгого вида наказания предусмотрен нижний предел, то срок наказания должен превышать данный предел при опасном рецидиве преступлений не менее, чем на половину, а при особо опасном рецидиве преступлений – не менее, чем на две трети величины, образующей разницу между максимальным и минимальным сроками этого наказания.

Несовершенство действующей редакции ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь проявляется также, когда санкция статьи, предусматривающей ответственность за совершение преступления, образующего опасный или особо опасный рецидив преступлений, содержит указание на наибо-

лее строгий вид наказания в виде пожизненного заключения или смертной казни (до ее отмены). В этом случае суд формально обязан назначить виновному наказание в виде смертной казни (пожизненного заключения в качестве альтернативы), что противоречит общим положениям, отражающим суть принципа индивидуализации наказания (ч. 1 ст. 62 УК Республики Беларусь), и специальным требованиям к назначению наказания при рецидиве преступлений, закрепленным в ч. 1 ст. 65 УК Республики Беларусь. Считаем необходимым в ч. 2 ст. 65 УК Республики Беларусь сделать оговорку о том, что правило о необходимости назначения виновному наиболее строгого вида наказания, предусмотренного за совершенное преступление, не применяется к случаям, когда за преступление, образующее опасный или особо опасный рецидив, может быть назначена исключительная мера наказания: смертная казнь либо пожизненное заключение.

Литература

1. *Агаев И. Б.* Проблема повторности в уголовном праве / И. Б. Агаев. М.: Юрист, 2004. С. 157.
2. *Кафаров Т. М.* Проблема рецидива в советском уголовном праве / Т. М. Кафаров. Баку: АН АзССР. Институт философии и права, 1972. С. 256.
3. *Бабий Н. А.* Множественность преступлений: квалификация и назначение наказания: науч.-практ. пособие / Н. А. Бабий. Минск: Тесей, 2008. С. 176.

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, СОДЕРЖАЩИХ ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

О. О. Ядревский

Многие субъекты хозяйствования, стремясь индивидуализировать свой товар, хотят одновременно отразить его географическое происхождение. Это можно осуществить путем включения обозначения места производства товара в состав товарного знака.

Следует отметить, что для обозначения места производства товара используется понятие «географическое указание», которое рассматривается в широком и узком смыслах слова. В широком смысле слова его можно определить как любое обозначение действительного места производства товара, независимо от того, связаны ли характеристики этого товара с его географическим происхождением [1, с. 14–15]. Такой подход был выбран Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) в целях определения предмета нового договора о международной охране названий и изобразительных обозначений, которые указывают на определенное географическое происхождение данного товара [2, с. 238]. Он же заложен в Парижской конвенции по охране про-

мышленной собственности 1883 г., статья 10 которой содержит запрет на ложные указания о происхождении продуктов [3].

Определение географического указания в узком смысле слова закреплено в статье 22 Соглашения по торговым аспектам интеллектуальной собственности (TRIPS) и воспринято статьей 1024 Гражданского кодекса Республики Беларусь и статьей 1 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2002 г. «О географических указаниях» (далее – Закон о географических указаниях) [4; 5; 6].

Таким образом, географические указания в широком смысле слова можно подразделить на две группы. К первой относятся те из них, которые прямо или косвенно указывают на определенный объект (страну, регион, населенный пункт, местность и т.п.), откуда происходит товар, при этом связь данного объекта с качеством, репутацией и иными характеристиками данного товара отсутствует либо незначительна. Ко второй группе относятся географические указания, которые воспринимаются во взаимосвязи с определенным товаром или услугой из указанного места [7, с. 17]. Они же являются географическими указаниями в узком смысле слова – наименованиями мест происхождения товаров либо указаниями происхождения товаров.

Следует отметить, что географические указания (как первой, так и второй групп) могут быть прямыми («Made in Japan», «Минская», «Согнап») и косвенными (изображение Эйфелевой башни для товаров, произведенных во Франции и т.д.) [8, с. 61].

По общему правилу, обозначения, состоящие исключительно из знаков или указаний, используемых для обозначения места производства или сбыта товаров, не могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака (пункт 2 статьи 4 Закона Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. «О товарных знаках и знаках обслуживания» (далее – Закон о товарных знаках)). Такие знаки или указания могут быть включены в состав товарного знака лишь в качестве неохраняемых элементов, если они не занимают в нем доминирующего положения [9]. Это определяется недостаточным уровнем различительной способности таких обозначений.

В качестве неохраняемого элемента в товарный знак может быть включено любое географическое указание, т.е. как с целью подчеркнуть особые качества товара, его репутацию, обусловленную происхождением из данного географического объекта, так и без такой цели.

Заявитель может использовать неохраняемый элемент обозначения либо без регистрации такого элемента, либо зарегистрировав его как неохраняемый элемент. То или иное решение не влияет на объем исключительного права на товарный знак [10, с. 43–44].

Только в качестве неохраняемого элемента в товарный знак может быть включено наименование места происхождения товара, которому в Республике Беларусь предоставлена правовая охрана, при условиях соблюдения требований пункта 3 статьи 5 Закона о географических указаниях.

Рассмотрим исключения из указанного выше общего правила. Одно из них закреплено в пункте 3 статьи 4 Закона о товарных знаках. Оно применяется в случае, когда неохраняемое обозначение на дату подачи заявки на регистрацию товарного знака фактически приобрело различительный характер в результате использования.

Указанный случай будет иметь место, когда использование предприятием географического указания при маркировке своего товара сформирует с течением времени такую связь между соответствующей репутацией товара и данным указанием, что в сознании потребителей наличие такого географического указания на определенных видах товаров будет вызывать ассоциацию не столько с местом нахождения изготовителя, а непосредственно с ним самим. Указанная ситуация отражена также в пункте С статьи 6-*quinquies* Парижской конвенции.

Кроме того, практика патентных органов других стран, в частности, Российской Федерации, свидетельствует о том, что географическое указание может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (либо охраняемого элемента товарного знака), если оно представляет собой название малоизвестного географического объекта. Этот тезис нашел отражение в публикациях российских специалистов в сфере интеллектуальной собственности [11, с. 29].

Что касается регистрации известного географического обозначения в качестве значимого элемента товарного знака (географического указания в узком смысле слова), то, по мнению М.Н. Соколовой, она возможна в случае отсутствия производства в данной местности однородных товаров, маркируемых таким же обозначением [12, с. 19]. К данному мнению следует, однако, добавить и условие о том, что в данной местности не только должно отсутствовать производство, но и потенциал для начала производства данных товаров другими субъектами.

Кроме того, такая охрана может осуществляться путем регистрации коллективного знака. Коллективный знак в таких случаях обладает преимуществом в регистрации в сравнении с индивидуальным, так как он обладает, как правило, большей известностью, а объединение юридических лиц имеет соответствующую репутацию среди широкого круга потребителей. Такой способ охраны распространен в Европейском союзе [13, с. 144].

Следует отметить, что указанные возможности регистрации географических указаний в составе товарных знаков либо их охраняемых элементов отражены в авторитетном издании ВОИС «Введение в интеллектуальную собственность» [2, с. 186].

В то же время, в указанных случаях функция идентификации места происхождения товара, присущая географическим указаниям, будет «размываться». И чем больше такое обозначение будет приобретать различительную способность как товарный знак, тем более будет оно утрачивать указанную функцию географического указания. Отсюда вытекает и обратное положение: чем больше в сознании потребителей будет сохраняться связь между обозначением и географическим объектом – местом происхождения товара, тем сложнее владельцу товарного знака будет распорядиться им – уступить либо предоставить права пользования им по лицензионному договору иному субъекту, находящемуся в другом географическом месте, в связи с высокой вероятностью введения потребителей в заблуждение (пункт 2 статьи 22 Закона о товарных знаках).

Таким образом, под товарными знаками, содержащими географические указания, мы будем понимать обозначения, способствующие отличию товаров одного лица от однородных товаров других лиц, включающие в себя указание на место действительного происхождения товара.

При этом указанная категория товарных знаков может быть классифицирована на следующие 2 вида, которые имеют свои подвиды:

1. Товарные знаки, содержащие географические указания в качестве неохраняемых элементов, на которые не распространяется исключительное право владельца товарного знака. В качестве отдельного подвида здесь будут выделяться товарные знаки, содержащие охраняемое наименование места происхождения товара, которое может быть зарегистрировано только в качестве неохраняемого элемента при соблюдении определенных условий.

2. Товарные знаки, содержащие географические указания в качестве охраняемых элементов, на которые распространяется исключительное право владельца товарного знака. Данный вид в качестве подвидов в зависимости от возможности распоряжения правами включает:

2.1. Товарные знаки, содержащие географические указания с приобретенной различительной способностью – возможность распоряжения правами на них практически неограниченна, вероятность введения в заблуждение потребителей является низкой.

2.2. Товарные знаки, содержащие малоизвестные географические указания – возможность распоряжения правами практически неограниченна, вероятность введения в заблуждение потребителей также является низкой.

2.3. Товарные знаки, содержащие географические обозначения с определенной степенью известности. Такие географические указания могут быть зарегистрированы как охраняемый элемент товарного знака при наличии определенных условий. В этом случае возможность распоряжения правами на такие знаки в большей степени ограничена, так как высока вероятность введения в заблуждение потребителей. К этому подвиду можно отнести и коллективные знаки.

Указанная классификация имеет практическое значение для осуществления единообразной практики регистрации товарных знаков, содержащих географические указания, а также для определения заявителями наилучшей возможности предоставления правовой охраны своему обозначению.

Литература

1. *Нгуен В. Ч.* Географические указания как объекты правовой охраны во Вьетнаме и в России: Автореф. дис. к-та юрид. наук. М., 2003.
2. Введение в интеллектуальную собственность / Всемирная организация интеллектуальной собственности, 1998.
3. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 года, пересмотренная в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Лиссабоне 31 октября 1958 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г. и измененная 2 октября 1979 г.
4. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС/TRIPS), заключено в г. Марракеше 15.04.1994.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 № 218-3 (ред. от 13.07.2012).
6. О географических указаниях: Закон Республики Беларусь от 17 июля 2002 № 127 -3
7. *Григорьев А. Н.* Критерии охраны географических указаний // Интеллектуальная собственность. 1995. № 5. С. 15–19.
8. *Тыцкая Г. И.* Правовая охрана товарных знаков, фирменных наименований, указаний и наименований места происхождения товаров в капиталистических и развивающихся странах / Г.И. Тыцкая, И.Э. Мамяофа, В.Я. Мотылева. ВНИИПИ, М. 1985.
9. О товарных знаках и знаках обслуживания: Закон Республики Беларусь от 5 февраля 1993 № 2181-ХП
10. *Гаврилов Э. П., Данилина Е. А.* Комментарий к Закону Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» / Э.П. Гаврилов, Е.А. Данилина. Изд-во «Экзамен», М.: 2004.
11. *Рогаль И. В.* Географические указания в товарных знаках и наименованиях мест происхождения товаров // Патенты и лицензии. 2005. № 11. С. 27–34.
12. *Соколова М. Н.* Правовые проблемы охраны средств индивидуализации товаров, содержащих географические обозначения: Автореф. дис. к-та юрид. наук. М., 2002.

13. *Штоппель В.* Охрана географических указаний происхождения и наименований мест происхождения товара // Вопросы охраны интеллектуальной собственности и противодействия монополистической деятельности. Минск, 2011. С. 136–155.

ЦЕССИЯ АРБИТРАЖНОЙ ОГОВОРКИ

В. В. Якута

Вопрос о цессии арбитражной оговорки является одним из наиболее неоднозначных как в теории, так и в арбитражно-судебной практике. Достаточно сказать уже хотя бы о том, что Высший Хозяйственный Суд Республики Беларусь и Высший арбитражный суд Российской Федерации заняли относительно него прямо противоположные позиции (и это при практической идентичности законодательства этих двух стран в данной сфере). Теоретики же при освещении данного вопроса в большинстве своем ограничиваются лишь воспроизведением позиций названных судов, ни одна из которых, к слову, безупречной не является.

Как для российского, так и для белорусского высшего суда главным доводом в обосновании ими своей позиции явилась отраслевая принадлежность арбитражной оговорки. Так, Высший Хозяйственный Суд Республики Беларусь, рассматривая арбитражную оговорку как институт процессуального права, делает вывод о том, что она не может быть предметом цессии, поскольку «в процессуальном законодательстве отсутствует институт, аналогичный гражданско-правовому институту уступки требования или перевода долга» [2]. Высший арбитражный суд Российской Федерации включает арбитражную оговорку в объем передаваемых в порядке цессии материальных прав, в связи с чем и делает вывод о допустимости цессии арбитражной оговорки [3].

Однако разрешение вопроса о цессии арбитражной оговорки, основанное лишь на критерии отраслевой принадлежности последней, является не вполне корректным. В доктрине существует четыре (в некоторых источниках – пять) основных теории о сущности арбитражной оговорки. Законодательство большинства государств в принципе воздерживается от отнесения арбитражной оговорки к какой-либо определенной отрасли права.

Арбитражная оговорка имеет двойственную природу:

- как соглашение (договор), она подчиняется требованиям гражданского права о форме сделок, волеизъявлении сторон и т.п.,
- однако цель данного соглашения лежит в процессуальной сфере и состоит в исключении определенных споров из-под юрисдикции государственных судов путем передачи их на рассмотрение в арбитраж.

Процессуальные последствия, которые порождает арбитражная оговорка, уже свидетельствуют о том, что предметом цессии она являться не может, так как цессия – это институт материального права.

В порядке цессии могут быть переданы только права. Арбитражная оговорка, являясь соглашением, включает в себя как права, так и обязанности. Признавая арбитражную оговорку предметом цессии, мы признаем возможность перехода в порядке уступки как прав, так и обязанностей, что противоречит ГК Республики Беларусь (обязанности передаются в порядке перевода долга).

Переход в порядке цессии лишь прав, вытекающих из арбитражной оговорки, также невозможен. Спецификой этих прав является то, что они неотделимы от обязанностей: праву стороны на обращение за разрешением спора корреспондирует обязанность другой стороны явиться в арбитраж и подчиняться арбитражному решению. Передача такого права, вытекающего из арбитражной оговорки, другому лицу всегда одновременно является и переводом долга и будет действительной лишь тогда, когда в отношении нее будут соблюдены требования, предъявляемые как к цессии, так и к переводу долга.

Представляется, что цедирование арбитражной оговорки без согласия должника невозможно и еще по одной немаловажной причине. Арбитражная оговорка относится к числу тех обязательств, в которых юридическая личность кредитора имеет существенное значение. Предположим, что между белорусским и китайским субъектами хозяйствования заключен договор, в котором имеется арбитражная оговорка, согласно которой споры из данного договора будут рассматривать нейтральный французский арбитраж. Если китайский субъект уступит свои права по договору французскому субъекту, то для белорусского субъекта избранный в договоре арбитраж утратит одно из своих основных преимуществ – нейтральность.

В порядке цессии могут быть переданы лишь те права, которые носят частный характер. Право на передачу спора в арбитраж не является сугубо частным правом, поскольку отнесение спора к компетенции арбитражного суда означает исключение юрисдикции государственного суда. Кроме этого, как уже отмечалось, арбитражная оговорка порождает права в процессуальной сфере, а процессуальное законодательство относится к числу публичных отраслей.

Как отмечается в литературе, содержание цессии составляет «переход права», под которым понимается «... прекращение конкретного субъективного права у одного лица – правопродшественника (цедента), и неизбежное одномоментное возникновение тождественного субъективного права у другого лица – правопреемника (цессионария) в силу соглаше-

ния» [4, с. 7]. Из этого следует, что для передающей стороны права (при переводе долга и обязанности) в результате перемены лиц в обязательстве прекращаются [5, с. 11]. Это означает, что в случае признания арбитражной оговорки предметом цессии, cedent и должник после того, как будет совершена цессия, утрачивают право обращения в арбитраж за разрешением между ними споров из обязательства (например, если спор относится обстоятельствам, возникшим до совершения цессии).

И наконец, несмотря на то, что арбитражная оговорка является частью договора, в отношении нее действует правило автономности. В силу данного правила, арбитражная оговорка рассматривается как самостоятельное соглашение, имеющее свои существенные условия, свой порядок вступления в силу и прекращения, свои основания недействительности и т.д. Соответственно, рассмотрение арбитражной оговорки лишь как «придатка» к праву, вытекающему из договора, в который она включена, противоречит самой сущности данного института.

Литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Кодекс Республики Беларусь от 07 декабря 1998 года, № 218-3 (по состоянию на 20 мая 2013 года).
2. Постановление Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 23 декабря 2005 года № 34 «О подведомственности споров после уступки требования или перевода долга» (по состоянию на 20 мая 2013 года). [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=X20500034>.
3. Информационное письмо Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 16 февраля 1998 года № 29 «Обзор судебно-арбитражной практики разрешения споров по делам с участием иностранных лиц». [Электронный ресурс]. Интернет-адрес: <http://www.referent.ru/7/29855>.
4. Нариманов Э. Н. Уступка требования (цессия): дис. кан-та юр. наук. Рязань, 2004.
5. Калиманов С. С. Проблемы правового регулирования уступки требования и перевода долга в российском и зарубежном законодательстве.: автореф. дис. кан-та юр. наук./ С. С. Калиманов. Москва, 2009.

СОДЕРЖАНИЕ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Бичик К. С., Кардаш Е. Д. Параметры уровня жизни в экономике Республике Беларусь	3
Богданович Е. Д. Проблемы становления малого бизнеса в Республике Беларусь	5
Бондаренко Т. И. Жилищное кредитование: состояние и перспективы развития	8
Василевская Е. В. Рынок гостиничных услуг Республики Беларусь и Австрии: анализ отличительных особенностей	12
Велесницкий В. А. Совершенствование методов измерения безработицы в Республике Беларусь	14
Гончар А. И. Фрэнк Ллойд Райт: движение к средовой парадигме	18
Дроздова Е. А. Механизм мотивации как фактор развития организации	20
Дудченко Д. А. Особенности управления персоналом в условиях кризиса организации	23
Евлаш Ю. А. Кадастровая оценка земель жилой многоквартирной зоны г. Жодино	25
Исаева А. В. Инновационное предпринимательство в Республике Беларусь: тенденции развития	27
Кичкайло Д. Н. Отраслевые особенности антикризисного управления (на примере строительной организации)	30
Кобзева А. А. Аромаркетинг в Республике Беларусь	33
Кричко М. С. Контроллинг в организации	35
Пономаренко О. А. Инвестиционный климат в Республике Беларусь	37
Протасевич Ю. В. Стимулирование и способы улучшения сбытовой деятельности	42
Рабецкая И. П. Кадастровая оценка земель в Республике Беларусь	45
Свиридо А. О. Рынок труда в Республике Беларусь: решение проблем занятости	46
Стаховец А. В. Разработка брендбука в Республике Беларусь в контексте мирового опыта	49
Суханина Е. С. Площади и формирование художественного образа центра Парижа	52

Тратинко К. А. Социальная активность как условие личностного развития студенческой молодежи	55
Флерко Ю. А. Психологические характеристики и гендерные особенности адаптивной личности в юношеский период.....	58

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

Абрамова С. С. Роль эфиопской культуры в становлении религии растафари	62
Антонова А. А., Макарова А. А. Среда MatLab для решения задач математического программирования	66
Болтунова Д. Н. Символизм зоонимов «cat» и «dog» / «кот» и «собака» в англо- и русскоязычной фразеологии.....	68
Борушко Т. В. Феномен детства в культуре постмодерна.....	70
Верниковская В. А. Поэтика оды Фридриха Гёльдерлина и проблема ее адекватной передачи на другие языки	73
Воронецкая Л. Г. Методологические основы анализа роли государства и социальной политики	77
Гуща А. В., Сенников Н. С. Интерактивный электронный практикум по высшей математике: проблемы создания и перспективы развития.....	81
Данилевич А. А. Военная терминология современного английского языка	85
Даниш Л., Лапицкая В. Дифференциальные уравнения в экономических задачах	88
Дашкевич Е. С. Влияние инфляции издержек на конкурентоспособность белорусских товаров	91
Карпова А. Д. Электронные образовательные пособия. Электронные книги	94
Коледа Е. П. Суггестивный потенциал метафоры в англоязычном политическом дискурсе	97
Kondrasyuk L., Zavatskaya V. Religion in the UK	99
Корниенко Д. В. Особенности родильного обряда в Беларуси	102
Косяк Д. О. Бренды одежды в английском и русском языках: психолингвистическое измерение Нейминга.....	107
Кураксина Е. Индивидуальные различия в показателях учебной активности и свойств личности у выпускников, определившихся и не определившихся с выбором профессии.....	110
Курпаченко А. Е. Социальные последствия потребительской инфляции в Республике Беларусь.....	114

Кухарский А. С. Библиотека Developer Express и ее возможности	117
Леванцевич Н. В. Концепция проекта планетария в Минске	119
Макоед В. Н. Зависимость самоотношения и отношения к сексу от удовлетворенности браком у супружеских пар	123
Мартинчик О. Ф. Концепция разработки символики чемпионата Европы по академической гребле среди юниоров 2013 г. в городе Заславле	127
Мирошникова Е. М. Эмили Дикинсон и Кристина Россетти: общее и особенное	131
Мындыкану Ю. В. Перевод политкорректной лексики в текстах общественно-политической тематики	135
Носкевич К. И. Стилистические преобразования при переводе на русский язык английских газетно-публицистических текстов.....	138
Окрут Т. И. Ошибки на семантическом уровне в системах машинного перевода: причины возникновения и способы устранения	141
Осадчий Н. В. Концепция проекта выставочного пространства «Пульс Чернобыля» (О последствиях крупнейшей техногенной катастрофы для Беларуси)	145
Петрова Е. А. Взаимосвязь самодетерминации личности с мотивацией достижения успеха и эмоциональной компетентностью у студентов	149
Працкевич Т. А. Исламофобия и антимусульманские настроения в современных Нидерландах	153
Романовская И. А. Базовые ценности североамериканской культуры	157
Титова Е. В. Проблема синтаксической омонимии в системах машинного перевода	161
Tretyak A., Tivanova G. Principle aspects of the activities of political parties in Australia	164
Федоров А. С. Разработка игрового движка с использованием средств HTML, CSS и JAVASCRIPT.....	166
Фляменг Л. В. Особенности перевода англоязычных слоганов и рекламных текстов на русский язык	170
Францева М. И. Этнонациональный компонент в белорусском дизайне (на примере упаковочного материала).....	174
Фурса К. А. Внутренняя картина болезни и стрессоустойчивость онкобольных в зависимости от их взаимоотношений с медработниками	178

Хайкина Т. В. Самооценка личной идентичности и самоотношения первородящих замужних беременных женщин....	182
Шаблинская С. О. PR, маркетинг, реклама: проблема соотношения	185
Ярошевич И. Г. Уровень развития познавательных процессов у младших школьников в связи с их компьютерными предпочтениями	189

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ

Martinkevic Dominykas Corporate social responsibility in the modern world. Social responsibility at Cisco Systems, Inc.	193
Negreyeva L., Shashenkova K. Strategies of naming a company	195
Sachilovich K. P. How color effects communication	198
Sukhodolskiy Artyom Features of economic terminological expressions in the English language	202
Бондарь К. С. Особенности проявления политико-экономического цикла в Республике Беларусь.....	204
Боярин А. С. Методологические аспекты оценки эффективности формирования логистического центра	207
Бурачевская М. В. Брендинг территорий (на примере Республики Беларусь)	210
Воронцовская А. В. Социально ответственный бизнес Tiffany & Co	214
Гракович Е. Д. Бренд как основа успешного современного бизнеса	218
Доморад А. Д. Социально-ответственный бизнес на примере американской компании Starbucks Coffee Company	222
Драницына П. Н., Коваленко В. А. Элементы психологического воздействия на потребителя.....	223
Дымова Е. С. Мировые тенденции развития и использования информационных технологий в обучении специалистов для бизнеса: пять главных трендов.....	226
Исайченко К. А. Логистические аспекты использования систем поддержки водителей грузового автомобильного транспорта	230
Картамышева К. А. Прогнозирование развития инновационных технологий в многофункциональных логистических системах	233
Кривицкий Е. А. Использование технологии краудсорсинга в бизнесе и логистике	235

Куприяник Н. А. Некоторые вопросы подготовки студентов по специальности логистика	238
Максимович В. И. Разработка эффективных механизмов и инструментов создания высокотехнологичных наукоемких предприятий в условиях комплексной модернизации национальной экономики	241
Миронова Е. Г. Прогнозирование и технологии формирования интерактивной модели «электронного правительства» в условиях комплексной модернизации национальной экономики	244
Овсянникова Л. П. Основные способы и методы социализации и адаптации личности в условиях техногенеза и глобализации	248
Пеканова А. А. Системный анализ «benchmarking-процесса» в рамках транспортной логистики	251
Рахманько Д. И. Проблемы занятости молодежи Республики Беларусь и возможность их решения посредством внедрения образовательных программ	254
Сакульская В. А. Методы прогнозирования развития логистических систем в условиях глобализации мировой экономики	258
Сачилович К. П. Социально ответственный бизнес компании HP (Hewlett-Packard)	261
Сегеневич В. А. Выбор и обоснование развития логистической сети приграничных районов	267
Станкевич В. А., Ковалевский И. В. Выбор стратегии при наличии количественных и качественных оценок	269
Стежко В. В. Несовершенство рыночной системы хозяйства (провалы рынка) и эффективность государственного вмешательства	272
Стрелец Е. Д, Шевчик С. Е. Изучение возможности использования сингапурского опыта для привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику Республики Беларусь	274
Цурко А. М. Социально ответственный бизнес в США на примере публичной компании Google	278
Шамаль М. Корпоративная социальная ответственность компании «Nestle»	281
Шарыпава І. Ю. Канцэпцыі паспяховага бізнесу: Microsoft Corporation	284
Шарипова И. Ю. Применение математики в современной экономике: комплексные числа	286
Шарох А. В. Корреляционно-регрессионный анализ рекламной деятельности	289

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Антановіч А. С. Традыцыі харачавання беларусаў і іх выкарыстанне ў сучасным агратурызме	293
Бабіна П. Д. Кніжныя інскрыпцыі як крыніцы па гісторыі кніжнай культуры ВКЛ XVI–XVII стст.	298
Блашко С. М. Месца аўстрафедэралізму і неаславізму ў канцэпцыях славянскай узаемнасці на чэшскіх землях у 1871–1914 гг.	301
Волкова Д. О. Мебель советской Беларуси	305
Волянец А. В. «Сар» (רש) в библейских источниках персидского периода (VI – IV вв. до н.э.)	310
Ганчарэнка С. А. Характар канфлікту паміж Крыштофам Радзівілам «Пяруном» і Жыгімонтам III Вазаю ў апошнім дзесяцігоддзі XVI – пачатку XVII стагоддзяў	312
Дубонос И. И. Нефтеэкономическая социально-экономическая модель в Венесуэле (1970-е–п.п. 1980-е гг.)	316
Жвалеўская А. А. Этнічныя жарты як крыніца этналагічнага даследавання	320
Казак О. Г. Идеологические процессы в Закарпатье в 1939–1944 гг. в свете теории этносимволизма Э. Смита	323
Казакова В. А. Стратегии развития въездного туризма в Республике Беларусь	327
Карпека П. М. Вобраз Божай Маці ў беларускіх народных гравюрах.....	330
Котенёв М. Р. Основные системы учета и фиксации населения на территории Республики Беларусь на современном этапе.....	334
Крыцук Р. І. Чаканка, фальшаванне і грашовы абарот першага меднага соліда ў Вялікім Княстве Літоўскім	338
Левицкая В. Е. Отражение принципов концепции органической архитектуры в работах Фрэнка Ллойда Райта.....	341
Лопушанский И. Ю. Храм Эсагила в источниках старовавилонского периода (2003–1595 гг. до н.э.)	347
Лудзіч А. Р. Урадавая палітыка па адносінах да землеўласнікаў-каталікоў у 1860-1870-ых гг.	350
Луфэрчик Е. Г. «Минские губернские ведомости» в период восстания 1863–1864 гг.	354
Подберёзкин Ф. Д. Христианизация Ливонии XIII в.: проблема самовосприятия миссионеров, монахов и рыцарей	359

Самаль Н. А. Злачыннасць і дэвіантныя паводзіны сярод насельніцтва Беларусі ў другой палове XIX – пачатку XX ст.	362
Семенова Е. С. Государственная Дума Российской империи. Анализ просопографических данных	366
Шмагун А. А. Правовое регулирование электронных документов и электронных подписей в Соединенных Штатах Америки и Королевстве Швеция	370

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Абрамович В. А. Неправомерные деяния при принятии мер по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства) или при осуществлении процедур экономической неосостоятельности (банкротства)	375
Антилевская Ю. А. Современное состояние, тенденции и перспективы развития белорусской криминалистики	377
Рогозин-Каминский А. Ю., Бондарик Е. В. Роль «глобальных» СМИ в условиях информационно-коммуникационной концепции глобализации	381
Брендак А. Г. К вопросу о понятии убытков в гражданском праве	383
Бурдук Д. В. Правовое положение сельскохозяйственных производственных кооперативов.....	387
Волина Л. Г. Комплексный анализ гендерной проблематики в Республике Беларусь	391
Голубева А. І. Фізіякратызм – аснова рэфармавання грамадскага ладу	395
Грищенко Е. А. Обеспечение информационной безопасности государства	397
Доўнар І. А. Нарматыўная рэгламентацыя палявання на баброў у Вялікім Княстве Літоўскім	400
Дятлович В. А. Правовой статус адвокатов Республики Беларусь и Российской Федерации (сравнительный анализ)	402
Жебит О. Г. Актуальные проблемы предъявления для опознания	405
Залесский И. Н., Касьянов С. В., Романовский В. В. Повторность как отягчающее обстоятельство.....	409
Знак И. А. Акцепт на иных условиях при заключении гражданско-правового договора: проблемы правоприменения	412
Казак Т. Н. На шляхах нацыянальнага самавызначэння: БНР – ЛітБелССР – БССР	415

Киселева Т. М. Конституционные обязанности государства и граждан: сущность и проблемы	418
Ковалев В. С. Роль идей о правах и свободах человека в становлении современных представлений о правовом государстве	421
Кодолич Е. Н. Права пациентов в современной Беларуси: гарантии и механизмы защиты	424
Лащ Н. Н. Основные направления развития водного законодательства	428
Лопатко М. А. Использование современных форматов цифровой фотографии при фотографировании в процессе производства следственных действий	432
Пухов А. А. Объект преступления, предусмотренного ст. 284 Уголовного кодекса Республики Беларусь (нарушение ветеринарных правил)	435
Соколов П. С. Основные виды договоров в сфере оказания профессиональной аварийно-спасательной службой возмездных услуг противопожарной защиты	439
Тарасов Д. И. Правовое регулирование трудовых отношений при дистанционной работе	441
Fedoruk I. V. Legal regulation of private land withdrawal for public USE	443
Хайтина В. Г. К вопросу о совершенствовании понятия «налоговая тайна» в законодательстве Республики Беларусь	446
Храбрая Т. А. Сравнительно-правовая характеристика обязательного участия защитника в уголовном процессе Республики Беларусь, Российской Федерации и Украины	449
Шакун Е. А. Допуск защитника в уголовный процесс. Приглашение, назначение защитника в Республике Беларусь, Российской Федерации и Украине	452
Шиманович П. В. Возможности использования 3-D моделирования при производстве судебных экспертиз	456
Юльский Р. Е. Некоторые вопросы применения специальных правил назначения наказания при рецидиве преступлений	459
Ядревский О. О. Понятие и виды товарных знаков, содержащих географические указания	462
Якута В. В. Цессия арбитражной оговорки	467