

НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

ЛУЧШИЙ НАУЧНЫЙ ДЕБЮТ 2026

Сборник статей Международного
конкурса молодых учёных,
состоявшегося 22 июня 2026 г.
в г. Петрозаводске

г. Петрозаводск
Российская Федерация
МЦНП «НОВАЯ НАУКА»
2026

УДК 001.12
ББК 70
Л87

Ответственные редакторы:
Ивановская И.И., Кузьмина Л.А.

Л87 Лучший научный дебют 2026 : сборник статей Международного конкурса молодых учёных (22 июня 2026 г.). — Петрозаводск : МЦНП «НОВАЯ НАУКА», 2026. — 141 с. : ил., табл.

ISBN 978-5-00276-129-6

Настоящий сборник составлен по материалам Международного конкурса молодых учёных ЛУЧШИЙ НАУЧНЫЙ ДЕБЮТ 2026, состоявшегося 22 июня 2026 года в г. Петрозаводске (Россия). В сборнике рассматривается круг актуальных вопросов, стоящих перед современными исследователями. Целями проведения конкурса являлись обсуждение практических вопросов современной науки, результатов исследований, полученных специалистами в охватываемых областях, развитие методов и средств получения научных данных, обмен опытом. Сборник может быть полезен научным работникам, преподавателям, слушателям вузов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Авторы публикуемых статей несут ответственность за содержание своих работ, точность цитат, легитимность использования иллюстраций, приведенных цифр, фактов, названий, персональных данных и иной информации, а также за соблюдение законодательства Российской Федерации и сам факт публикации.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке Elibrary.ru в соответствии с Договором № 467-03/2018К от 19.03.2018 г.

УДК 001.12
ББК 70

ISBN 978-5-00276-129-6

© Коллектив авторов, текст, иллюстрации, 2026
© МЦНП «НОВАЯ НАУКА» (ИП Ивановская И.И.), оформление, 2026

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Аймурзина Б.Т., доктор экономических наук
Ахмедова Н.Р., доктор искусствоведения
Битокова С.Х., доктор филологических наук
Блинкова Л.П., доктор биологических наук
Гапоненко И.О., доктор филологических наук
Героева Л.М., доктор педагогических наук
Добжанская О.Э., доктор искусствоведения
Доровских Г.Н., доктор медицинских наук
Дорохова Н.И., кандидат филологических наук
Ергалиева Р.А., доктор искусствоведения
Ершова Л.В., доктор педагогических наук
Зайцева С.А., доктор педагогических наук
Зверева Т.В., доктор филологических наук
Казакова А.Ю., доктор социологических наук
Кобозева И.С., доктор педагогических наук
Кулеш А.И., доктор филологических наук
Мантатова Н.В., доктор ветеринарных наук
Мокшин Г.Н., доктор исторических наук
Муратова Е.Ю., доктор филологических наук
Никонов М.В., доктор сельскохозяйственных наук
Панков Д.А., доктор экономических наук
Петров О.Ю., доктор сельскохозяйственных наук
Поснова М.В., кандидат философских наук
Рыбаков Н.С., доктор философских наук
Сансызбаева Г.А., кандидат экономических наук
Симонова С.А., доктор философских наук
Ханиева И.М., доктор сельскохозяйственных наук
Хугаева Р.Г., кандидат юридических наук
Червинец Ю.В., доктор медицинских наук
Чистякова О.В., доктор экономических наук
Чумичева Р.М., доктор педагогических наук

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	6
ЯЗЫК КАК ЗЕРКАЛО ЭПОХИ: СЛОВА ГОДА В ВЕЛИКОБРИТАНИИ И РОССИИ (НА МАТЕРИАЛЕ 2020–2025 ГОДОВ)	7
<i>Гаджималова Диана Саидовна</i>	
НАЗВАНИЕ ФИЛЬМА КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ И КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН.....	13
<i>Морозова Полина Дмитриевна</i>	
ТИПИЧНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В УПОТРЕБЛЕНИИ БРИТАНСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	18
<i>Айдинова Арина Наурузовна</i>	
СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИТЕЗЫ И СПОСОБЫ ЕЕ ВЫРАЖЕНИЯ В СТАТЬЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ.....	24
<i>Айрапетян Лилия Геворковна</i>	
ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	30
<i>Ахадова Заира Фазиловна</i>	
АБСОЛЮТНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	36
<i>Байсунгурова Аминат Мурадовна</i>	
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДОКУМЕНТОВ НЕМЕЦКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ БАРЬЕР ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ.....	42
<i>Беликова Анастасия Руслановна</i>	
СЛЕНГОВОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В ПРОЦЕССАХ ЭВФЕМИЗАЦИИ И ДИСФЕМИЗАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ	49
<i>Кочнева Виктория Станиславовна</i>	
КОММУНИКАТИВНЫЕ, КОГНИТИВНЫЕ И ВЕРБАЛЬНЫЕ ТЕКСТОВЫЕ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	55
<i>Павленко Афина Дмитриевна</i>	
СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ ОБРАБОТКИ ЕСТЕСТВЕННОГО ЯЗЫКА.....	61
<i>Сидаш София Юрьевна</i>	
РЕКЛЕЙМИНГ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН: СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СТИГМАТИЗИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ.....	65
<i>Ломакин Максим Олегович</i>	

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	69
<i>Осипова Камилла Николаевна</i>	
СЕКЦИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	76
ЭМОЦИИ В ПРОФЕССИИ ПЕДАГОГА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ	77
<i>Гродинская Алёна Денисовна</i>	
ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В ИНТЕРНЕТЕ	83
<i>Смирнова Анастасия Геннадьевна</i>	
СЕКЦИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	87
РЕСПУБЛИКА КАК БРЕНД: ОПЫТ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ЭТНИЧНОСТИ В РОССИЙСКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ РЕГИОНАХ	88
<i>Шалютов Савелий Фёдорович</i>	
СЕКЦИЯ МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ	98
СЛОЖНЫЕ ИНТРАОПЕРАЦИОННЫЕ СИТУАЦИИ ПРИ ОСТРОМ ХОЛЕЦИСТИТЕ: ОТ РАСПОЗНАВАНИЯ К БЕЗОПАСНОМУ ЗАВЕРШЕНИЮ ОПЕРАЦИИ	99
<i>Айтмухамедова Элина Артуровна</i>	
СЕКЦИЯ БИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	110
СЕМЕННАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ НЕКОТОРЫХ СОРТОВ КАЛЕНДУЛЫ ЛЕКАРСТВЕННОЙ (CALENDULA OFFICINALIS L.)	111
<i>Огнивенко Софья Андреевна</i>	
СЕКЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	118
ПЛАНИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ.....	119
<i>Гурнович Татьяна Генриховна, Белецкая Екатерина Михайловна, Мясищева Анастасия Олеговна, Рогожин Сергей Николаевич</i>	
АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПАРАДОКС СОКРАЩЕНИЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА КАК ДРАЙВЕР РОСТА ПРОДАЖ	125
<i>Кусова Мария Заурбековна, Риб Елизавета Алексеевна, Варзиева Мадина Валерьевна, Гусова Камилла Тимуровна, Кучиева Ирина Хазбиевна</i>	
СЕКЦИЯ ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	133
ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДОВ АДАПТИВНЫХ ЗУБЧАТЫХ КОЛЁС С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ ПАРАМЕТРОВ ЗУБЧАТОЙ ПЕРЕДАЧИ	134
<i>Максимов Кирилл Анатольевич, Бобров Семен Иванович</i>	

**СЕКЦИЯ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

**ЯЗЫК КАК ЗЕРКАЛО ЭПОХИ: СЛОВА ГОДА В ВЕЛИКОБРИТАНИИ
И РОССИИ (НА МАТЕРИАЛЕ 2020–2025 ГОДОВ)**

Гаджималова Диана Саидовна

студент

Научный руководитель: **Резцова Светлана Алексеевна**

зав. кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации,

к.п.н., доцент

ГОУ ВО МО «Государственный

социально-гуманитарный университет»

Аннотация: Данное исследование посвящено сопоставительному анализу лексических единиц, признанных «словами года» в Великобритании и России в период 2020–2025 гг. Актуальность темы обусловлена способностью языка фиксировать смену общественных настроений и ценностных ориентиров. Цель работы – выявить различия в выборе слов года в двух странах и определить отражаемые ими культурные особенности. Источниками послужили списки слов года по версии Collins Dictionary (Великобритания), а также данные российских организаций – Института русского языка им. А.С. Пушкина (официальный выбор) и портала «Грамота.ру» (народное/экспертное голосование). В ходе сопоставительного анализа установлено, что британские слова года преимущественно связаны с технологическими инновациями и психологическими состояниями личности, тогда как российский лексический ряд демонстрирует дихотомию: официальные номинации отражают государственную повестку, а народные выборы фиксируют эмоциональное состояние общества.

Ключевые слова: слово года, неологизм, лингвокультурология, Великобритания, Россия, языковая картина мира, медийный дискурс, сравнительный анализ.

**LANGUAGE AS A MIRROR OF THE ERA: WORDS OF THE YEAR
IN THE UK AND RUSSIA (BASED ON THE MATERIAL OF 2020–2025)**

Gadzhimalova Diana Saidovna

Scientific adviser: **Reztsova Svetlana Alekseyevna**

Abstract: This study is devoted to a comparative analysis of lexical units called ‘words of the year’ in the UK and Russia in the period of 2020–2025. The relevance of the topic is due to the ability of language to capture changes in public attitudes and values. The purpose of the work is to identify differences in the choice of words of the year in the two countries and to determine the cultural features they reflect. The sources were the lists of words of the year according to Collins Dictionary (UK), as well as data from Russian organizations – the A.S. Pushkin Institute of the Russian Language (official choice) and the Gramota.ru portal (public/expert voting). The comparative analysis revealed that British words of the year are predominantly associated with technological innovations and psychological states of the individual, while the Russian lexical series demonstrates a dichotomy: official nominations reflect the state agenda, and public choices capture the emotional state of society.

Key words: word of the year, neologism, linguoculturology, Great Britain, Russia, linguistic worldview, media discourse, comparative analysis.

Язык представляет собой динамичную систему, оперативно отражающую изменения в социальной, политической и культурной сферах. В современной лингвистике особый интерес вызывает феномен «слова года» (Word of the Year). Это не просто новая лексическая единица, но и значимый маркер, позволяющий судить о приоритетах общества и сдвигах в системе ценностей в конкретный исторический момент [1, с. 101]. Актуальность исследования обусловлена насыщенностью периода 2020–2024 годов и начала 2025 года глобальными событиями: пандемией COVID-19, ускоренной цифровизацией, изменением международной обстановки, – что неизбежно отразилось на лексическом составе обоих языков.

Феномен «слова года» активно изучается учёными. Так, В.А. Буряковская и О.А. Дмитриева исследуют причины возникновения этого явления [1, с. 101], а Н.В. Сергиенко и А.С. Евсюкова отмечают, что в России выбор слов часто детерминирован политическим контекстом [2, с. 341]. Цель данной работы – проанализировать слова года в Великобритании и России за период 2020-2025 гг. Задачи включают: описание критериев отбора в каждой стране, анализ выбранных лексических единиц, выявление сходств и различий, а также формулирование выводов о ценностных ориентирах обществ.

Для корректного сравнения необходимо учитывать принципы и критерии отбора. В Великобритании процесс носит экспертно-статистический характер.

Collins Dictionary, выступающий основным источником для данного исследования, анализирует обширные корпуса текстов (включая СМИ, социальные сети и устную речь), отслеживая частотность употребления и семантические сдвиги. Особое внимание уделяется словам, которые не только набирают популярность, но и отражают значимые социальные изменения [5]. Дополнительно Оксфордский и Кембриджский словари проводят собственные голосования, однако их данные используются в настоящей работе как контекстуальный фон.

В России ситуация отличается плюрализмом источников и, как следствие, сосуществованием нескольких моделей выбора. Институт русского языка им. А.С. Пушкина (далее – Институт Пушкина) ежегодно называет слово, обладающее высокой общественной значимостью, часто – с идеологическим или государственным подтекстом. В отличие от него, портал «Грамота.ру» руководствуется строгими научно-методическими критериями: новизной (появление в языке или нового значения), актуальностью (отражение современных трендов), частотностью (устойчивый рост употребления) и освоенностью языком (наличие производных форм, устоявшаяся грамматика) [3]. Такой подход позволяет отсеивать слова-однодневки, возникшие исключительно из-за краткосрочного медийного ажиотажа, и выявлять лексику, которая с высокой вероятностью закрепится в языке. Таким образом, в России ежегодно могут сосуществовать официальное слово (от Института Пушкина) и народное или экспертное слово (от «Грамоты.ру»), что создаёт двойную картину лексических приоритетов.

Британский лексический ряд демонстрирует смену доминант от кризисных явлений к технологическим и социально-психологическим феноменам.

В 2020 году словом года стал *Lockdown* (жёсткие ограничения передвижения и социальных контактов). Эта лексема стала символом новой реальности, вызванной пандемией, и зафиксировала опыт всеобщей изоляции. Параллельно в медиа фиксировался термин *doomscrolling* (навязчивое пролистывание негативных новостей), но именно *lockdown* был признан главным маркером года.

В 2021 году выбор пал на аббревиатуру *NFT* (невзаимозаменяемый токен, цифровой сертификат владения активом). Это решение отразило бум криптовалют и цифрового искусства, а также переход значительной части экономической и культурной активности в виртуальное пространство.

2022 год принёс слово *Permacrisis* (затяжной период нестабильности и отсутствия безопасности). Термин зафиксировал ощущение перманентного кризиса, усугублённого геополитическими конфликтами и экономической турбулентностью, которое стало доминирующим в общественных настроениях.

В 2023 году абсолютным лидером стала аббревиатура *AI* (искусственный интеллект). Массовое внедрение генеративных нейросетей (*ChatGPT*, *Midjourney*) сделало эту лексему самой обсуждаемой в британском медиапространстве.

2024 год ознаменовался выбором слова *Brat* (уверенный, независимый, гедонистический стиль жизни). Эта номинация отразила запрос на спонтанность и отказ от перфекционизма, что перекликается с более ранним *goblin mode* (слово года Оксфордского словаря в 2022 году), но имеет более позитивную и эстетизированную окраску.

Наконец, в 2025 году словом года стало *Vibe-coding* (создание программного кода путём описания задачи на естественном языке с помощью ИИ). Этот термин знаменует новый этап цифровизации, где программирование становится интуитивным и доступным неспециалистам, а рутинные операции делегируются машине.

Таким образом, британские выборы фиксируют эволюцию от экзистенциального страха (*lockdown*, *permacrisis*) через социальные бунты против «глянцевых» стандартов (*brat*) к технологическому оптимизму (*AI*, *vibe-coding*). При этом в 2025 году параллельно фиксируется и усталость от токсичности медиасреды через понятие *rage bait* (контент, провоцирующий гнев ради вовлечения аудитории), что свидетельствует о сохраняющейся рефлексии над психологическими последствиями цифровизации.

В России лексическая картина принципиально двойственна. Начало периода, как и в Британии, отмечено ковид-лексикой. В 2020 году Институт Пушкина выбрал слово «Самоизоляция», которое стало символом вынужденной изоляции и нового бытового уклада. В 2021 году официальным словом стала вакцина «Спутник» – маркер научного достижения и надежды на преодоление пандемии. В эти годы портал «Грамота.ру» ещё не проводил систематических голосований, поэтому народный выбор не фиксировался.

С 2022 года расхождения между официальным и народным дискурсами становятся очевидными. Институт Пушкина в 2022 году выбирает «Наследие» (в значении исторической и культурной преемственности), подчёркивая значимость коллективной памяти и государственных символов. В 2023 году

официальный и народный выборы впервые совпадают: оба источника называют «Нейросеть», что отражает общемировой тренд на искусственный интеллект и его активное внедрение в российскую повседневность.

Однако уже в 2024 году дихотомия проявляется в полной мере. Институт Пушкина объявляет словом года «Пушкин» (в связи с 225-летием поэта), актуализируя культурно-исторический нарратив. В то же время портал «Грамота.ру» выбирает «Тревожность» – термин, отражающий стресс, неуверенность и эмоциональное напряжение в обществе, вызванные нестабильной политической и экономической ситуацией.

В 2025 году официальным словом становится «Победа», что продолжает линию государственной исторической памяти. Народный выбор, напротив, фиксирует «Зумер» – представителя поколения Z, чье становление пришлось на эпоху цифровизации. В дискурсе вокруг этого слова акцентируются клиповое мышление, сниженная концентрация внимания и новые формы коммуникации, что свидетельствует о рефлексии общества над собственными психологическими и поколенческими изменениями.

Таким образом, российский лексический ряд демонстрирует принципиальное расхождение: официальные номинации транслируют значимость коллективной памяти и государственных задач, тогда как народные выборы фиксируют рост тревожности, интерес к внутреннему миру человека и осмысление цифровых трансформаций.

Сравнение британских и российских лексических рядов позволяет сделать несколько выводов. Сходства проявляются в реакции на общемировые тренды. Пандемия породила в обеих странах слова изоляции (*lockdown* – *самоизоляция*). Цифровизация и ИИ отразились в британском *AI* (2023), *vibe-coding* (2025) и российском *нейросеть* (2023). В обоих обществах фиксируется интерес к психологическим состояниям: британское *permacrisis* (ощущение затяжного кризиса) и российская *тревожность*.

Однако есть и различия, которые носят системный характер. Британские слова года описывают преимущественно частную жизнь, технологические инновации и психологические тренды (*brat*, *vibe-coding*). Они чаще нейтральны или даже ироничны по тону. Российский официальный выбор (Институт Пушкина) ориентирован на государственную повестку, историческую память и коллективные ценности (*Наследие*, *Пушкин*, *Победа*). Российский народный/экспертный выбор («Грамота.ру») фиксирует внутреннее состояние общества – тревогу, рефлексию над поколенческими разрывами (*зумер*), что

контрастирует с пафосом официальных номинаций. Причина этой дихотомии кроется не только в менталитете, но и в институциональных различиях: в Британии доминирует единая статистическая модель (Collins), тогда как в России официальный и научно-общественный подходы существуют параллельно, отражая разные сегменты общественного сознания. Это формирует двойную языковую картину мира, где официальный дискурс и бытовая рефлексия пересекаются лишь эпизодически.

Таким образом, язык действительно служит зеркалом эпохи, однако отражение в нём специфично для каждой страны. В британской системе прослеживается траектория от кризисных маркеров к технологическому и социально-психологическому рефлексированию. В России официальная лексика транслирует значимость коллективной памяти и государственных задач, тогда как народные выборы фиксируют рост тревожности и интерес к внутреннему миру человека. Слова года закрепляют национально значимые концепты через структурные и семантические особенности языка [2, с. 341]. Будущие исследования покажут, останутся ли такие единицы, как *vibe-coding* или *тревожность*, в языке на длительный срок или исчезнут вместе с породившей их эпохой.

Список литературы

1. Буряковская В.А., Дмитриева О.А. Лингвокультурные характеристики «Слова года». – 2017. – С. 101.
2. Сергиенко Н.В., Евсюкова А.С. «Слово года»: отражение этнокультурных особенностей языков. — 2021. — С. 341.
3. Портал «Грамота.ру». Слово года: итоги народного голосования. – URL: <https://slovogoda.gramota.ru/> (дата обращения 16.06.2026).
4. Cambridge Dictionary. Word of the Year 2025. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/editorial/word-of-the-year> (дата обращения 17.06.2026).
5. Collins Dictionary. Word of the Year 2025. – URL: <https://www.collinsdictionary.com/woty> (дата обращения 16.06.2026).
6. Oxford Word of the Year 2025. Oxford University Press, 2025. –URL: <https://corp.oup.com/word-of-the-year/> (дата обращения 15.06.2026).

© Гаджималова Д.С., 2026

НАЗВАНИЕ ФИЛЬМА КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ И КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

Морозова Полина Дмитриевна

студент

Научный руководитель: **Рыбакова Анна Сергеевна**

кандидат филологических наук, доцент

Государственный социально-гуманитарный университет

г. Коломна, Россия

Аннотация: В статье рассматривается название фильма (фильмоним) как многоуровневый лингвокультурный и коммуникативный феномен. Анализируются дефиниции фильмонима, его функции в структуре медиатекста, структурно-семантические модели англоязычных кинозаголовков, а также лингвокультурные и прагматические факторы их восприятия. Особое внимание уделяется метафоричности, идиоматичности и аллюзивности как ключевым семантическим механизмам.

Ключевые слова: фильмоним, кинозаголовок, медиатекст, номинативная функция, прагматическая адаптация, метафора, лингвокультурология.

FILM TITLE AS A LINGUOCULTURAL AND COMMUNICATIVE PHENOMENON

Morozova Polina Dmitrievna

Scientific adviser: **Rybakova Anna Sergeevna**

Abstract: The article examines the film title (filmonym) as a multilayered linguocultural and communicative phenomenon. It analyzes the definitions of the filmonym, its functions within the structure of media text, the structural-semantic models of English-language film titles, as well as the linguocultural and pragmatic factors of their perception. Special attention is paid to metaphoricity, idiomaticity and allusiveness as key semantic mechanisms.

Key words: filmonym, film title, media text, nominative function, pragmatic adaptation, metaphor, linguoculturology.

В современном медиапространстве название фильма занимает уникальное положение, выступая одновременно компактным семантическим ядром произведения и самостоятельным коммуникативным актом [3, с. 47]. Для обозначения названия фильма в лингвистике закрепился специальный термин – фильмоним. Е.В. Кныш определяет фильмоним как «имя собственное, обладающее прагматическим потенциалом и способное в условиях медиакультуры выполнять функцию маркетингового стимула» [6, с. 47]. Д.Д. Кудрина характеризует фильмоним как «специализированную единицу языка, предназначенную для идентификации аудиовизуального произведения в системе массовой коммуникации» [9, с. 1]. М.И. Сидорова трактует фильмоним как «интегративную единицу медиадискурса, объединяющую вербальные и невербальные смыслы для привлечения целевой аудитории» [17, с. 67]. В отличие от заголовков литературных произведений, кинозаголовков функционирует в условиях высокой конкуренции за внимание аудитории [5, с. 55].

Фильмоним представляет собой полноценный элемент медиатекста – поликодовой структуры, где вербальный компонент взаимодействует с визуальным, аудиальным и маркетинговым рядами [3, с. 47; 20, с. 67]. Согласно определению Т.Г. Добросклонской, медиатекст – это «динамическая интегративная система вербальных и экстралингвистических компонентов, функционирующая в сфере массовой коммуникации» [3, с. 47]. Я.Н. Засурский характеризует медиатекст как «многоуровневый коммуникативный конструкт, ориентированный на мгновенное восприятие массовым реципиентом» [4, с. 14]. Название фильма играет роль «входной двери», определяя, состоится ли взаимодействие зрителя с произведением [11, с. 104].

Функциональный анализ выделяет четыре базовые функции кинозаголовка [7, с. 142; 15, с. 134]. Номинативная функция обеспечивает идентификацию фильма. А.В. Суперанская определяет её как «основную функцию имени собственного, служащую для выделения конкретного объекта из ряда однородных» [18, с. 42]. Информативная функция раскрывает содержательную сторону названия. И.Р. Гальперин называет её «вербальной репрезентацией содержательного ядра произведения» [2, с. 128]. Рекламная (аттрактивная) функция привлекает внимание и побуждает к просмотру [3, с. 63]. Л.К. Латышев отмечает, что это «стратегия воздействия на аудиторию, основанная на использовании аллитераций, метафор и иных стилистических приемов» [13, с. 104]. Прагматическая функция ориентирована на эмоциональный эффект. В.Н. Комиссаров определяет её как

«направленность названия на достижение конкретного коммуникативного эффекта» [7, с. 142]. Согласно Г. Хофстеде, прагматический эффект зависит от культурного контекста: в индивидуалистической американской культуре названия апеллируют к личному опыту, в коллективистской российской – к общности судьбы [22, с. 475].

Структурно-семантический анализ англоязычных кинозаголовков, проведённый Г.Н. Ширяевым, выявляет четыре доминирующие модели [20, с. 67]: субстантивные (*Joker, Dune*), глагольно-процессуальные (*Fight Club, Gone with the Wind*), атрибутивно-описательные (*The Dark Knight, Raging Bull*) и коммуникативно-синтаксические (*How to Lose a Guy in 10 Days*). Лаконичность названий является сознательной стратегией, коррелирующей с законом языковой экономии [1, с. 218]. И.В. Арнольд подчёркивает, что «в некоторых случаях полное осмысление заголовка возможно в мегаконтексте, на широком историко-филологическом фоне» [1, с. 218]. Согласно исследованию Комсовской и Скубачевской, «авторы стараются давать своим работам компактные и броские названия именно потому, что заголовок призван привлекать максимальное количество публики» [8, с. 2].

Метафора – один из главных семантических механизмов фильмонимов. Дж. Лакофф и М. Джонсон определяют её как «когнитивный механизм, основанный на переносе признаков с одной понятийной области на другую» [10, с. 21]. Примеры метафорических названий из списка AFI: *Gone with the Wind* (метафора разрушения), *The Grapes of Wrath* (библейская метафора гнева), *One Flew Over the Cuckoo's Nest* (метафора безумия) [19, с. 42]. Идиоматичность создаёт эффект «культурного кода»: для носителя американской культуры название активирует коннотации, для иноязычного реципиента этот код часто закрыт, что требует прагматической адаптации [1, с. 218].

Лингвокультурные факторы восприятия определяются различиями в культурных кодах. Согласно Э. Холлу, американская культура является низкоконтекстной, российская – высококонтекстной [21, с. 101]. В.А. Маслова определяет культурный код как «устойчивую систему вербальных и невербальных знаков, разделяемую определённым лингвокультурным сообществом» [14, с. 59]. Л.К. Латышев отмечает, что при переводе важное влияние оказывают «лингвоэтнические» факторы, в том числе «расхождение преинформационных запасов» носителей языка [12, с. 48]. Садыкова А.З. подчёркивает, что «для верного и адекватного перевода необходимо знать требования, предъявляемые к названиям кинофильмов» [16, с. 2].

Прагматическая адаптация становится ключевой стратегией при переводе названий фильмов [11, с. 104]. Переводчик выступает в роли культурного медиатора, сохраняя авторский замысел и адаптируя его к когнитивным привычкам новой аудитории. Культурная асимметрия фоновых знаний делает буквальный перевод часто прагматически неэффективным [16, с. 2].

Таким образом, название англоязычного фильма представляет собой сложный лингвокультурный и коммуникативный феномен, обладающий выраженной многофункциональностью и высокой прагматической плотностью. Фильмоним не сводится к простому идентификатору: он является поликодовым образованием, выступающим «входной дверью» для зрителя. Его анализ требует интегративного подхода, учитывающего структурные, семантические, лингвокультурные и прагматические характеристики.

Список литературы

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. – 5-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 384 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М. : Либроком, 2019. – 248 с.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М. : Флинта, 2021. – 264 с.
4. Засурский Я. Н. Медиатекст в системе массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 3. – С. 11–22.
5. Казак М. Ю. Медиатекст: от теории к практике. – М. : Аспект-Пресс, 2022. – 312 с.
6. Кныш Е. В. Лингвистический анализ наименований кинофильмов в русском языке : дис. ... канд. филол. наук. – Одесса, 1992. – 191 с.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 2018. – 248 с.
8. Комсовская О. В., Скубачевская Ю. А. Особенности названий англоязычных фильмов: когнитивный, структурно-стилистический, транслатологический аспекты [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум – 2012 : IV Международная студенческая научная конференция. – URL: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012001069> (дата обращения 14.06.2026)
9. Кудрина Д. Д. Фильмоним как объект лингвистического исследования. – Минск : БГУ, 2018. – 5 с.

10. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. – М. : ЛКИ, 2014. – 256 с.
11. Латышев Л. К. Технология перевода. – М. : НВИ-Тезаурус, 2000. – 287 с.
12. Латышев Л. К. Технология перевода. – М. : НВИ-Тезаурус, 2005. – 280 с.
13. Латышев Л. К. Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания. – М. : Ленанд, 2020. – 288 с.
14. Маслова В. А. Лингвокультурология. – М. : Академия, 2021. – 288 с.
15. Петрова Н. Ю. Название кинофильма как прагматическая единица // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – Вып. 572. – С. 134–142.
16. Садыкова А. З. Выявление особенностей влияния культурных различий на перевод названий фильмов [Электронный ресурс] // Научный лидер. – 2022. – № 11 (56). – URL: <https://scilead.ru/article/1324-viyavlenie-osobennostej-vliyaniya-kulturnikh-> (дата обращения 14.06.2026).
17. Сидорова М. И. Медиалингвистика: теоретические и прикладные аспекты. – Екатеринбург : Изд-во УрФУ, 2023. – 184 с.
18. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного. – М. : Либроком, 2017. – 368 с.
19. Тураева З. Я. Лингвистика текста. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с.
20. Ширяев Г. Н. Медиатекст как объект лингвистического исследования. – М. : Флинта, 2022. – 208 с.
21. Hall E. T. Beyond Culture. – New York : Anchor Books, 1976. – 298 p.
22. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. – Beverly Hills : Sage Publications, 1980. – 475 p.

© Морозова П.Д., 2026

ТИПИЧНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В УПОТРЕБЛЕНИИ БРИТАНСКОГО И АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Айдинова Арина Наурузовна

студент

Научный руководитель: Киселева Анна Владимировна

к.ф.н., доцент

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматриваются основные различия британского и американского вариантов английского языка в грамматике, фонетике, лексике и орфографии. Английский язык выступает источником межкультурной коммуникации, ввиду чего привлекает внимание вариативность его фактического использования.

Ключевые слова: британский английский, американский английский, развития, варианты, язык.

TYPICAL DIFFERENCES IN THE USE OF BRITISH AND AMERICAN VERSIONS OF ENGLISH

Aydinova Arina Nauruzovna

Scientific adviser: Kiseleva Anna Vladimirovna

Abstract: The article examines the main differences between the British and American versions of English in grammar, phonetics, vocabulary and spelling. English is a source of intercultural communication, which attracts attention to the variability of its actual use.

Key words: British English, American English, development, variants, language.

Основную часть переселенцев, устремившихся на американский континент, составляли выходцы с Британских островов – англичане, шотландцы и валлийцы. Новый свет осваивали французы, испанцы, голландцы, немцы и норвежцы, иногда даже русские, но именно британцы численно преобладали среди колонистов XVII–XVIII столетий. Поскольку разноязычным поселенцам требовался единый способ общения, средством межнационального

общения стал английский – язык большинства. Внутри самой Англии того времени существовал заметный языковой разрыв между различными социальными группами: речь дворян разительно отличалась от того, как изъяснялись торговцы и простой люд. Именно простонародный вариант английского, далекий от изысканной речи аристократии и королевского двора, и закрепился на американской земле, поскольку большинство переселенцев принадлежало к низшим и средним слоям общества, не получившим должного образования.

Американский английский представляет собой совокупность всех диалектов английского языка, распространенных на территории Соединенных Штатов. Он сформировался как самостоятельная разновидность наряду с британским и другими вариантами английского.

Своеобразие американского варианта языка обусловлено рядом факторов: иная природная среда, уникальный исторический путь развития страны, а также принципиально отличные от британских цели и приоритеты местного населения – все это в совокупности наложило глубокий отпечаток на язык, обогатив его многочисленными изменениями и особенностями.

Если сравнивать два наиболее распространенных варианта английского языка, стоит отметить, что их различия не столь значительны. Основные расхождения касаются написания слов и используемой лексики, тогда как грамматические различия носят второстепенный характер.

В американском варианте носителей этого языка в мире существенно больше, чем жителей Великобритании. Это означает, что шансы столкнуться с американским английским – будь то в профессиональной среде или в обычной жизни – весьма высоки [1, с. 16].

Тем не менее более распространенной версией знакомства с английским языком признается его британская версия, которую принято преподавать в учебных заведениях. Данная форма языка объединяет множество диалектов, распространенных на территории Соединенного Королевства, и исторически считается классическим стандартом обучения.

В целом основное значение в изучении языка заключается в овладении навыком правильного и свободного говорения, обеспечивающего взаимопонимание между собеседниками. После достижения достаточного уровня речевой компетенции понимание как американского, так и британского вариантов английского языка, как правило, не вызывает существенных затруднений, поскольку они представляют собой разновидности одного языка,

различающиеся лишь отдельными фонетическими, лексическими и грамматическими особенностями.

Стоит отметить интересную закономерность: английский язык в США претерпел значительное упрощение по сравнению со своим британским «предком». По сути, американский вариант можно рассматривать как более лаконичную версию оригинала. Это проявляется в целом ряде конкретных различий. Так, вспомогательный глагол *shall*, который в британском официальном стиле до сих пор активно используется для выражения будущего времени в первом лице (конструкция *I shall*), в американской речи практически вышел из употребления. Кроме того, американцы нередко обращаются с неправильными глаголами так, словно они являются правильными – то есть образуют их прошедшее время, просто добавляя суффикс *-ed*. В британском английском подобное недопустимо, тогда как за океаном можно услышать формы вроде *gived* вместо *gave* или *taked* вместо *took*.

Большинство различий между американским и британским вариантами английского языка включают в себя слова, которые состоят из букв, употребленных в слове в определенном порядке. Определим основные сочетаний букв [3, с. 1273]:

- 1) *connection / connexion, complection / complexion* (US: *tcion*, British: *xion*);
- 2) *judgment / judgement, abridgment / abridgement* (US: *dg*, British: *dge*);
- 3) *ecology / oecology, anemia / anaemia* (US: *e*, British: *ae, oe*);
- 4) *theater / theatre, center / centre* (US: *er*, British: *re*);
- 5) *leveling / levelling* (US: *l*, British: *ll*).

Некоторые слова и фразы используют как в американском, так и в британском варианте английского языка, но, несмотря на абсолютно идентичное написание, они имеют различия в значениях. Например, в американском английском словом *subway* называют метро, а вот британцы под словом *subway* подразумевают подземный переход.

Словом *pants* в американском английском называют брюки, а вот в британском варианте *pants* употребляют для обозначения нижнего белья.

Pint – мера жидкости как в британском, так и в американском варианте английского языка. В Британии пинта имеет объем 568 мл, а в американском эта самая пинта составляет 473 мл.

Иногда для обозначения одного и того же явления в разных вариантах английского языка употребляют разные слова. Некоторые слова британцы и

американцы произносят с ударением на разные слоги, например address (брит.) и address (амер.), safe (брит.) и safe (амер.).

Существуют слова, в которых произношение американцев и англичан отличается одним-двумя звуками: ask читается [a:sk] в Британии и [æsk] – в Америке, dance произносят как [da:ns] в Англии и как [dæns] в США. Звук [t] произносится как слабо артикулируемый [d], а расположенное в середине слова буквосочетание tt у американцев очень похоже на [d]. Они не «глотают» звук [r], как англичане, поэтому речь кажется более грубой, рыкающей. Лингвисты разработали списки буквосочетаний и ситуаций, в которых произношение англичанина и американца будет различаться [4, с. 64].

В британском варианте языка существует богатое разнообразие интонационных паттернов, тогда как американцы, как правило, оперируют лишь двумя основными: плоской и понижающейся интонацией.

Что касается грамматических расхождений между двумя вариантами английского, они носят довольно умеренный характер и редко становятся источником недопонимания. Наиболее показательные отличия британского и американского английского мы разберем в этой части материала.

Отдельного внимания заслуживают собирательные существительные – те, что обозначают совокупность людей: коллектив, сборная, родственники и подобные им. В американском английском такие существительные традиционно требуют глагола в единственном числе, а вот британский вариант допускает и даже предпочитает употребление множественного числа.

Различия в использовании глагольных форм между британским и американским английским достаточно существенны. Начнем с правильных и неправильных глаголов. Ряд глаголов, например burn, learn, smell и некоторые другие, допускает двойную форму прошедшего времени. Носители британского варианта тяготеют к нестандартным формам – burnt, learnt, smelt, тогда как американцы отдают предпочтение регулярным формам – burned, learned, smelled [2, с. 240].

Отдельного внимания заслуживает употребление времени Present Perfect. Если в британском английском данное время служит для описания недавних событий прошлого, которые так или иначе отражаются на текущей ситуации, то американский вариант допускает значительно большую гибкость. В частности, там, где британец применит Present Perfect, американец вполне может воспользоваться Past Simple, причем даже в тех случаях, когда в предложении присутствуют такие маркеры, как already, just или yet.

В британском английском принято удваивать букву «l» на конце глаголов, если последний слог является безударным (например, travel, pedal), тогда как американский вариант языка не предусматривает подобного удвоения.

Что касается формы gotten, американцы активно используют ее в качестве причастия прошедшего времени глагола get, особенно когда речь идет о таких значениях, как приобретать, достигать, становиться или идти. В британском же английском эта форма практически не встречается.

Дискуссии о том, какой вариант английского языка является наиболее предпочтительным для изучения, продолжаются и в настоящее время. Британский и американский английский действительно заметно отличаются друг от друга. Поклонники британского варианта нередко упрекают своих оппонентов в небрежном и неточном обращении с языком. Их противники, в свою очередь, отстаивают американский английский, указывая на его доступность, повсеместную распространенность и актуальность. Истина, как правило, располагается в промежуточной позиции между крайними точками зрения. Наиболее разумным решением представляется освоение обоих вариантов – это позволит свободно общаться в любой языковой среде и без труда адаптироваться к самым разным ситуациям [5, с. 304].

Владение грамотной письменной речью является обязательным компонентом языковой компетенции. В процессе устного общения целесообразно придерживаться единого стилистического регистра. Для полноценного освоения языковой системы необходимо изучать оба варианта нормы, фиксировать различия в лексическом составе и учитывать специфические грамматические особенности каждого из них. Чрезмерное упрощение речи в стремлении приблизиться к американской непринужденности может создать впечатление недостаточной речевой культуры. Напротив, подчеркнута литературная британская манера, как правило, не вызывает критических замечаний и воспринимается скорее как нейтральная, а иногда и как несколько ироничная.

Список литературы

1. Абдрешева М. К. Особенности употребления американского английского и британского английского в реалиях мира / М. К. Абдрешева, А. А. Абдыкаримова // Филологический аспект. – 2022. – №4 (84). – С. 12–19. – EDN: OVWKPF.

2. Абдусаламов М. М. К этапам становления и лексико-семантическим особенностям American English / М. М. Абдусаламов, А. Р. Ахмедова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – №4. – С. 239–241. –DOI: 10.24412/1991-5497-2022-495-239-241. – EDN: WFMLGG.

3. Алексеева Т. Е. Систематизация и контрастивные особенности пенитенциарной терминологии в британском и американском вариантах английского языка / Т. Е. Алексеева, Н. В. Шилина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2026. – Т. 19. – №3. – С. 1269–1277. – DOI: 10.30853/phil20260164 EDN: BDEEBR.

4. Асламов Х. А. Гунаҳои бритониёӣ ва амрикоии забони англисӣ: / Х. А. Асламов // Вестник Педагогического университета. – 2024. – No. 4(111). – P. 61–66. – EDN CQORCG.

5. Лаврищев А. И. Многозначность понятий термин и терминология / А. И. Лаврищев // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2013. – № 2 (52). – С. 302–305. – EDN: RWGYAZ.

© Айдинова А.Н., 2026

**СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНТИТЕЗЫ
И СПОСОБЫ ЕЕ ВЫРАЖЕНИЯ В СТАТЬЕ
ЮРИДИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ**

Айрапетян Лилия Геворковна

студент

Научный руководитель: **Вартанова Карина Юрьевна**

к.п.н., доц.

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: Цель работы – определить функции, которые выполняет антитеза в текстах юридической тематики с точки зрения её семантических и синтаксических свойств. Являясь одной из наиболее частотных фигур контраста, антитеза анализируется на конкретных примерах. Результаты анализа свидетельствуют, что в отличие от других типов дискурса, где этот приём может служить для создания экспрессивности, в юридическом тексте его главная задача – обеспечение предметно-логического содержания. В связи с этим антитеза преимущественно используется как средство убеждения и предложения.

Ключевые слова: антитеза; противопоставление; семантика; стилистика; средство выразительности.

**SEMANTIC AND SYNTACTIC FEATURES OF ANTITHESIS
AND WAYS OF ITS MANIFESTATION IN THE LEGAL ARTICLE**

Airapetyan Liliya Gevorkovna

Scientific adviser: **Vartanova Karina Yurievna**

Abstract: The aim of this study is to identify the functions of antithesis in legal texts, in terms of its semantic and syntactic properties. As one of the most common contrasting figures, antithesis is analyzed using specific examples. The results of the analysis indicate that, unlike other types of discourse, where this technique can serve to create expressiveness, in legal text its primary purpose is to provide substantive and logical content. Therefore, antithesis is primarily used as a means of persuasion, suggestion, or request.

Key words: antithesis; opposition; semantics; stylistics; means of expression.

В центре внимания данной работы находится анализ антитезы. Рассматривается её функционирование как выразительного средства и её взаимосвязь с другими стилистическими приёмами. Чтобы определить функции антитезы и её положение среди прочих фигур речи, обратимся к анализу её лингвистической сущности и природы.

Действенность юридического текста напрямую зависит от способности автора облечь правовые положения в точную и убедительную словесную форму. Оптимальный результат достигается за счёт гармоничного синтеза рациональной аргументации и эмоционального воздействия, что обеспечивает доказательность текста и включает в себя элементы убеждения [7; 5].

В своих трудах Аристотель подчёркивал, что для оратора недостаточно просто обладать знанием; не менее важно уметь оказывать нужное воздействие на аудиторию [2, с. 127]. Эта идея сохраняет свою значимость и сегодня, поскольку коммуникация всегда была основой общественного устройства. Чтобы эффективно влиять на собеседников, необходимо в совершенстве владеть словом [6].

Эффективность речи значительно возрастает при использовании стилистических средств, которые являются предметом изучения лингвистики. Авторы часто используют антитезу, чтобы акцентировать внимание аудитории на столкновении или единстве противоположностей в рамках одного явления, порой прямо указывая на этот конфликт. Однако, как справедливо отмечается, даже самые изощрённые риторические фигуры уступают в силе и убедительности речи, в которой сделан точный и уместный выбор простого, общепотребительного слова [4, с. 115].

Рассмотрим, как определяют понятие антитезы в наиболее авторитетных научных источниках. Как отмечает И.Р. Гальперин, для выявления контрастной характеристики антитезы её необходимо сравнить с другим явлением, логически ему противоположным. Это позволяет определить не общие черты предметов и явлений, а прямо противоположные [3].

Ключевыми характеристиками антитезы по Гальперину являются: основа на противопоставлении, синтаксический параллелизм, смысловые наложения.

Таким образом, для Гальперина антитеза – это не просто наличие противоположностей, а сложный стилистический приём, где формальный синтаксический параллелизм служит для усиления смыслового контраста и достижения определённого стилистического эффекта.

Подтвердим вышеизложенные утверждения следующими примерами, отобранными методом сплошной выборки с сайта ejil.org – European Journal of International Law [9].

(1) The debate is not about the prohibition of the use of force, but about the scope of the right to self-defence [9].

В данном предложении противопоставляются две фундаментальные концепции в международном праве: общий запрет (prohibition) на применение силы и конкретное право (scope of the right) на самооборону. Это столкновение двух правовых режимов, что создает глубокий концептуальный конфликт. Используется конструкция «not about A, but about B». Эта синтаксическая рамка четко разграничивает два предмета дискуссии, представляя их как единственно возможную альтернативу в рамках данного спора. Синтаксис здесь работает как логический оператор «исключающее ИЛИ».

Арнольд определяет антитезу как фигуру речи, построенную на резком контрасте понятий или образов. Ключевым для её определения является то, что этот контраст всегда лексически выражен с помощью антонимов или слов с противоположными коннотациями [1].

А. Н. Гвоздев уподобляет эффект антитезы в тексте использованию светлых красок на тёмном фоне в живописи. Согласно его наблюдению, выразительность, достигаемая при противопоставлении противоположностей, напрямую зависит от этого контраста подобно тому, как яркость светлых тонов в картине проявляется лишь на тёмном фоне. [4].

В современной стилистике для создания антитезы, помимо прямого лексического противопоставления (антонимии), выделяют также грамматические и логические контрасты. Исторически анализ этого приёма был фрагментарным: его лексические и грамматические компоненты изучались в изоляции. Однако развитие исследовательской базы привело к необходимости комплексного подхода, который объединяет семантический и структурный анализ. Это позволило не только дать более полную характеристику антитезы, но и разработать её типологию, основанную на значении элементов и синтаксической организации противоположных суждений.

Стилистическая значимость антитезы достигается двумя основными путями: через лексическую или синтаксическую организацию.

Приведём пример создания антитезы с помощью антонимов. Антонимы – это наиболее прямое и очевидное лексическое средство для создания антитезы.

В юридическом тексте они используются для противопоставления правовых концепций, прав и обязанностей.

(2) «Some, such as the United States, believe that criminalizing hate speech would severely impair the freedom of speech and would in the long run cause more damage than good». В данном предложении лексемы *damage* (вред) и *good* (польза/добро) выступают как контекстуальные антонимы. Их противопоставление создает яркую стилистическую фигуру – антитезу, подчеркивая антагонистический характер аргументации [9].

Рассмотрим следующий пример: (3) Which characteristics are considered valuable by academic selection and promotion panels and which are not valued or are undervalued? [9]. Приведенный пример очевидно построен на антонимии. Хочется отметить, что лексема «valuable» выступает как прилагательное, а «are not valued or are undervalued» как именная часть составного глагольного сказуемого. Из этого следует, антонимичными по отношению друг к другу могут выступать различные части речи и части предложения.

Для создания синтаксических средств выразительности также используют параллельные конструкции, инверсии.

Параллелизм, или синтаксический повтор, заключается в использовании одинаковых или схожих по структуре конструкций для выражения противопоставляемых идей. Этот приём не только создаёт ритм, но и делает противопоставление более очевидным и убедительным.

(4) The principle of self-determination is not a licence to secede at will, but a right to be exercised within the existing framework of sovereign states [9].

В этом противопоставляются две концепции: «лицензии на сепессию» (a licence to secede) и «права, осуществляемого в рамках» (a right to be exercised within the framework). Противопоставление чётко оформлено с помощью параллельных грамматических структур: «not a [noun phrase] to [infinitive], but a [noun phrase] to be [participle]». Эта строгая синтаксическая симметрия заставляет читателя напрямую сопоставить два взаимоисключающих подхода к принципу самоопределения.

Антитеза может функционировать как независимый стилистический приём, так и служить фундаментом для более сложных выразительных средств. В зависимости от этого в лингвистике принято различать её два основных типа: простой и сложный [8].

Простая антитеза реализуется в рамках одного предложения, как правило, через синтаксический параллелизм и использование антонимов. Её цель – чётко и лаконично противопоставить два понятия.

(5) The question is not whether the act was lawful or unlawful, but whether it was conducted with necessary and proportionate force. Противопоставляются прилагательные lawful (законный) и unlawful (незаконный) [9].

Сложная (или развёрнутая) антитеза выходит за рамки одного предложения. Она представляет собой противопоставление, которое развивается на протяжении абзаца, раздела или даже всей статьи. Часто она служит основой для более крупных риторических фигур.

(6) On the one hand, the principle of universal jurisdiction is heralded as a vital tool for ending impunity for the most serious international crimes, serving the interests of humanity as a whole. On the other hand, its critics argue that it is a dangerous instrument that can be used for political purposes and may undermine international relations and the principle of state sovereignty [9].

В данном примере разворачивается на протяжении двух предложений, связанных фразами-связками «On the one hand» и «On the other hand». Это типичный маркер сложной антитезы. Противопоставляются две целые концепции: аргументы сторонников универсальной юрисдикции (её польза для всего человечества) и аргументы её критиков (её опасность для международных отношений и суверенитета). Автор не просто использует пару антонимов, а выстраивает два параллельных блока аргументации. Каждый блок представляет собой развёрнутое суждение. Противопоставление носит концептуальный характер и служит для объективного представления двух полярных точек зрения в рамках одной дискуссии. Антитеза здесь является каркасом для всего последующего анализа.

Подводя итог, можно утверждать, что антитеза обладает значительным стилистическим потенциалом и полифункциональностью. Несмотря на вариативность дефиниций, все они базируются на понятии художественного контраста, который выступает её ключевым и неотъемлемым признаком. В текстах юридической направленности данная фигура речи теряет свою экспрессивную и стилистически маркированную природу. Здесь она преимущественно служит для обеспечения предметно-логического содержания, реализуя суггестивную и персуазивную функции.

Список литературы

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие / И.В. Арнольд. – 2-е изд., Перераб. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 376 с.

2. Ашурова Д.У. Лингвистическая природа художественного сравнения: Автореф. дис. канд. филол. наук. – М., 1970. 22 с.
3. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка Серия: Лингвистическое наследие XX века Издательство: М.: Либроком; Издание 2-е, испр.; 2012. 376 с.
4. Гвоздев А.Н. Очерки по стилистике русского языка. М.: ФЛИНТА: 2019. 576 с.
5. Есаян В.С. Эмоции как регулятор когнитивной деятельности в письменных документах и устных выступлениях юриста // Университетские чтения: материалы научно-методических чтений ПГУ. Пятигорск: ПГУ, 2021. Часть III. С. 38–42.
6. Пригарина Н.К. Противопоставление как вид юридического аргумента [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protivopostavlenie-kak-vid-yuridicheskogo-argumenta/viewer> (дата обращения 17.12.2021).
7. Шаховский В.И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология. Изд. 2-е. М.: Книжный дом «Либроком», 2013. 128 с.
8. Щербаков А. В. Антитеза // Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочёты / под ред. А. П. Сковородникова. – М.: Флинта: Наука, 2005. С. 46–49.
9. European Journal of International Law [Electronic Resource]. – Mode of Access: <http://ejil.org/>
10. Longman Dictionary of Contemporary English – London: Longman Dictionary, 2001. 1668 p.

© Айрапетян Л.Г., 2026

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Ахадова Заира Фазиловна

студент

Научный руководитель: **Киселева Анна Владимировна**

к.ф.н., доцент

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В статье проводится исследование английского языка и особенностей его американского варианта в фонетике, грамматике и лексике. Актуальность исследования заключается в том, что именно английский язык является языком межкультурного общения, ввиду чего присутствуют заметные различия и отличительные черты его практического применения.

Ключевые слова: американский английский, варианты, язык, фонетика, грамматика, лексика.

FEATURES OF THE AMERICAN VERSION OF ENGLISH

Akhadova Zaira Fazilovna

Scientific adviser: **Kiseleva Anna Vladimirovna**

Abstract: The article examines the English language and the features of its American version in phonetics, grammar and vocabulary. The relevance of the study lies in the fact that English is the language of intercultural communication, which is why there are noticeable differences and distinctive features of its practical application.

Key words: American English, variants, language, phonetics, grammar, vocabulary.

Американский английский всё активнее занимает доминирующие позиции на мировой арене, постепенно оттесняя британский вариант под воздействием политических, экономических и культурных факторов. При этом такие разновидности языка, как австралийский, новозеландский и ирландский, сохраняют гораздо большую близость к британскому стандарту.

Если говорить о фонетической стороне вопроса, американский вариант обладает рядом характерных черт. В обсуждениях особенностей американского произношения нередко упоминается *American twang* — термин без строгого фонетического определения, который обычно используют для описания специфического тембра голоса в некоторых региональных вариантах американского английского. Он отражает комплекс артикуляционных и резонансных характеристик, а не какую-либо единую фонетическую черту (например, назализацию). Важно подчеркнуть, что *twang* не является универсальной особенностью всей американской речи, а скорее маркирует отдельные региональные акценты [2, с. 240]. Помимо этого, в ряде разновидностей американского английского ударные слоги отчётливо выделяются за счёт нисходящего тона, а равномерное тональное движение и чёткая ритмическая организация могут придавать речи более высокий темп — однако следует учитывать значительную вариативность темпа как внутри американского, так и внутри британского вариантов английского языка.

Характерной особенностью американского акцента является так называемое «эрное» произношение: звук [r] реализуется везде, где присутствует соответствующая буква. В британском же варианте всё иначе — [r] произносится исключительно перед гласными. Достаточно сравнить слова *girl*, *other* и *clever*: американцы скажут [gz:rl], ['lðəg] и ['klevəg], отчётливо озвучивая [r] в каждом случае.

Применение звука [t] в американском английском претерпело изменения. В позиции между двумя гласными, а также между [r] и гласной — к примеру, в словах *water*, *butter*, *Saturday* или *party* — он смягчается до [d]. Внутри или в начале слова может происходить озвончение [t] до [d]. В американском английском наблюдается явление «флаппинга»: звук [t] в позиции между гласными реализуется как [r]. Из-за этого слова *writer* и *rider* могут звучать схоже, однако носители языка обычно различают их благодаря дополнительным фонетическим признакам — например, различиям в длительности предшествующего гласного или эффекту *Canadian Raising* (когда дифтонг [aɪ] перед [r] произносится с более высоким началом) [4, с. 65]. В других же позициях [t] может произноситься с заметным придыханием.

Другой отличительной особенностью американского английского является ассимиляция звуков в конце слова, то есть их уподобление друг другу при беглой речи. Этот процесс особенно заметен на стыке слов в предложении, когда соседние звуки начинают влиять друг на друга и меняют привычное

произношение. Например, в сочетании *Nice to meet you* звуки [t] и [j] сливаются в [tʃ], а в *credit card* звук [t] воздействует на следующий согласный. Также в слове *sandwich* происходит выпадение [d], а соседние звуки упрощаются и произносятся более слитно. Благодаря таким изменениям американская речь звучит более естественно, быстро и плавно.

Американскому английскому свойственна редукция звуков — лингвистический термин, обозначающий изменение их акустических характеристик из-за безударного положения по отношению к ударным элементам. Это явление особенно заметно в разговорной речи и существенно влияет на темп и ритм высказывания.

Яркий пример редукции — трансформация слова *you* в конструкциях с вопросительными словами *what, where, would*. В потоке речи американцы упрощают сочетания, опуская глагол *are* и редуцируя *you* до кратких вариантов *cha, ya, ja*. Так, фраза «*What are you doing?*» преобразуется в «*Whatcha doing?*», «*Where are you going?*» — в «*Whereya going?*», а «*Would you help me?*» — в «*Wouldja help me?*». Подобные упрощения делают речь более беглой и естественной для носителей AmE, хотя в формальном стиле они обычно избегаются [3, с. 1272].

Помимо редукции, между BrE и AmE существуют и другие устойчивые фонетические различия. Одно из наиболее значимых касается произношения гласного звука [ɒ]. В американском английском этот короткий звук практически отсутствует, из-за чего слова типа *dog, hot* и *not* произносятся иначе, чем в британском варианте. Во многих словах, где в британском английском звучит звук [ɒ], в американском варианте используется гласный, близкий по тембру к [ɑ:]. Например, слова *hot, not, dog* произносятся в AmE с более открытым и задним гласным звуком.

Два варианта английского языка формировались на протяжении нескольких столетий, и сложившиеся фонетические расхождения между ними стали подлинными системными характеристиками, а не просто случайными отклонениями в произношении. Именно по этим признакам безошибочно определяется, к какой языковой норме принадлежит тот или иной говорящий.

Различия проявляются и на уровне артикуляции. Британский вариант предполагает лёгкое округление губ при относительно небольшом опускании челюсти, что придаёт гласным более компактное и сдержанное звучание. Иногда отмечают, что в отдельных вариантах американского английского губы при произнесении некоторых гласных могут быть менее напряжены, чем

в британском английском. Однако это не универсальная черта, а особенность, характерная лишь для определённых региональных акцентов.

Буквосочетание *-er-* в AmE получает произношение [ɜ:], тогда как звук [a:] перед [r] и последующим гласным уступает место [æ].

Когда речь заходит о словах *tune, duty, new* и им подобных, британский вариант предполагает сочетание [ju:] после согласных [d], [t], [n], [s], в то время как американцы опускают [j] при произношении этих слов.

Орфографический признак — буква *a* в сочетании с двумя следующими за ней согласными (кроме *l*) — определяет различное звуковое воплощение слова: британцы используют долгий звук [a:], тогда как американцы предпочитают краткий [æ].

Глагольные формы привлекают внимание исследователей чаще всего, так как в данной области часто проявляются различия между британским и американским вариантами английского языка, хотя большинство специалистов в области лингвистики считают эти расхождения незначительными [1, с. 15].

Если говорить о выражении владения чем-либо, американцы, как правило, ограничиваются глаголом *have*, тогда как их британские коллеги предпочитают конструкцию *have got*. Аналогия присутствует в применении временных форм: там, где житель Великобритании употребит *Present Perfect*, указывая на прошедшее действие, результат которого ощущается в настоящем, американец нередко прибегнет к *Past Simple* [5, с. 304].

В американском варианте языка глагол *get* приобрёл широкую многозначность и прочно закрепился в повседневном общении: к примеру, *Got you!* переводится как «Попался!», а выражение *I got it* служит способом сообщить о понимании чего-либо.

Отдельного рассмотрения заслуживает вопрос о правильных и неправильных глагольных формах. Британский английский допускает параллельное существование обоих вариантов — так, наряду с *learned* активно применяется *learnt*. Американский же английский тяготеет к унификации: большинство глаголов здесь перешло в разряд правильных, и такие формы, как *spoiled* или *learned*, стали нормой. Тем не менее полного вытеснения неправильных форм не произошло — *burnt* и *leapt* по-прежнему остаются в употреблении.

Британский вариант английского, как правило, разграничивает подобные значения, используя отдельные глаголы вместо универсального *get*. Именно поэтому фразы наподобие *Everything is getting even worse than we thought!* воспринимаются как характерная черта американской речи. Несмотря на то что

различия между двумя вариантами языка нельзя назвать кардинальными, они вполне ощутимы в живом общении и свидетельствуют о том, что языковые нормы в Британии и Америке развиваются по собственным траекториям.

Различия между британской и американской орфографией восходят к реформам лингвиста Ноя Вебстера. Он стремился создать независимую систему языка на фоне войны за независимость США — в 1783 году начал работу над трёхтомным «Синим словарём» («Blue-backed speller», официальное название — A Grammatical Institute of English Language).

Ключевое творение Вебстера — «Американский словарь английского языка» (An American Dictionary of the English Language). Над ним он трудился около 20 лет. Разные издания трудов автора наглядно демонстрируют проведённую Вебстером реформу орфографии [4, с. 62].

Вебстер изучил 26 языков, разработал новую систему формирования словарной статьи, проанализировал лексику и произношение, распространённые среди колонистов в разных регионах. В итоговый словарь вошло около 70 000 определений. Так, Ной Вебстер изменил правописание многих слов в сторону упрощения [2, с. 239]:

- а) существительные на -our (латинского и французского происхождения);
- б) существительные на -pse;

Существительные, оканчивающиеся на -pse в британском английском, имеют окончание -nse в американском варианте английского языка.

- в) существительные на -gue;
- г) удвоение конечной согласной -l;

В британском английском глаголы, оканчивающиеся на -l, удваивают ее перед -ing, -ed и -er независимо от того, находится их последний слог под ударением или нет. В американском английском буква l удваивается только в том случае, когда ударение падает на последний слог:

- д) существительные на -ge и -er;
- е) существительные с -u и -i в корне;

Также, стоит отметить, что некоторые сложные слова, которые пишутся через дефис в британском английском, имеют слитный вариант написания в американском варианте.

Сравнительный анализ американского варианта английского языка с британским показал, что между ними существует ряд отличий на фонологическом, орфографическом, грамматическом и лексическом уровнях.

Список литературы

1. Абдрешева М. К. Особенности употребления американского английского и британского английского в реалиях мира / М. К. Абдрешева, А. А. Абдыкаримова // Филологический аспект. – 2022. – №4 (84). – С. 12–19. – EDN: OVWKPF.
2. Абдусаламов М. М. К этапам становления и лексико-семантическим особенностям American English / М. М. Абдусаламов, А. Р. Ахмедова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – №4. – С. 239-241. – DOI: 10.24412/1991-5497-2022-495-239-241. – EDN: WFMLGG.
3. Алексеева Т. Е. Систематизация и контрастивные особенности пенитенциарной терминологии в британском и американском вариантах английского языка / Т. Е. Алексеева, Н. В. Шилина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2026. – Т. 19. – №3. – С. 1269–1277. – DOI: 10.30853/phil20260164 EDN: BDEEBR.
4. Асламов Ҳ. А. Гунаҳои бритониёӣ ва амрикоии забони англисӣ: / Ҳ. А. Асламов // Вестник Педагогического университета. – 2024. – No. 4(111). – P. 61–66. – EDN CQORCG.
5. Лаврищев А. И. Многозначность понятий термин и терминология / А. И. Лаврищев // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2013. – № 2 (52). – С. 302–305. – EDN: RWGYAZ.

© Ахадова З.Ф., 2026

АБСОЛЮТНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Байсунгурова Аминат Мурадовна

студент

Научный руководитель: Пацора Ирина Викторовна

к.п.н., доц.

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: Статья посвящена исследованию абсолютных заимствований в современном английском языке. В статье анализируются основные подходы к определению понятия «заимствование». Абсолютные заимствования входят в группу полностью неассимилированных заимствований, сохраняя исходную форму. Рассмотрены три классификации заимствований: по степени ассимиляции, по историческому периоду и по сфере функционирования. Выявлены функции абсолютных заимствований. Абсолютные заимствования часто встречаются в сферах культуры, искусства, кулинарии, туризма, в специализированных областях. В эпоху глобализации исследование абсолютных заимствований приобретает особую актуальность для понимания динамики современного английского языка и механизмов языковых контактов.

Ключевые слова: заимствование, абсолютное заимствование, язык-реципиент, ассимиляция, степень ассимиляции, адаптация, языковой контакт, глобализация.

ABSOLUTE BORROWINGS IN MODERN ENGLISH

Baysungurova Aminat Muradovna

Scientific adviser: Patsora Irina Victorovna

Abstract: The article is devoted to the study of absolute borrowings in modern English. The article analyzes the main approaches to the definition of the concept of «borrowing». Absolute borrowings belong to the group of completely unassimilated borrowings, retaining their original form. Three classifications of borrowings are considered: according to the degree of assimilation, according to the historical period and according to the sphere of functioning. The functions of absolute borrowings are revealed. Absolute borrowings are often found in the fields of culture, art, cooking, tourism, and in specialized fields. In the era of

globalization, the study of absolute borrowings is becoming particularly relevant for understanding the dynamics of modern English and the mechanisms of language contacts.

Key words: borrowing, absolute borrowing, recipient language, assimilation, degree of assimilation, adaptation, language contact, globalization.

Проблема определения «заимствования» является одной из наиболее дискуссионных в современном языкознании. Многоаспектность данного феномена, затрагивающего фонетический, графический, морфологический, синтаксический и семантический уровни языка, обуславливает существование различных подходов к его дефиниции [1].

В наиболее общем смысле под заимствованием понимается процесс перемещения языковых единиц из одного языка в другой в результате языкового контакта, а также результат этого процесса — сами заимствованные слова. Классическое определение принадлежит Э. Хаугену, который ещё в 1950 году предложил различать «импортацию» (перенос формы) и «субституцию» (замещение) как два основных механизма заимствования. Эта работа заложила методологический фундамент для последующих исследований в области контактной лингвистики [1; 2].

В отечественной лингвистике значительный вклад в разработку теории заимствования внесли И.В. Арнольд и Н.Н. Амосова. И.В. Арнольд определяла заимствования как «элементы чужого языка, перенесённые из одного языка в другой в результате языковых контактов» [1]. Н.Н. Амосова в свою очередь предложила различать заимствования по степени их ассимиляции в языке-реципиенте, введя понятия «исконнообразные» (полностью ассимилированные) и «специализированные» (частично ассимилированные) заимствования [3].

Под понятием «абсолютного заимствования» понимают лексему, заимствованную с минимальными или отсутствующими процессами адаптации — когда форма, произношение и значение остаются близкими к исходному языку.

При классификации английских заимствований необходимо учитывать как языковые факторы, так и социолингвистические. Традиционно типы английских заимствований можно рассматривать по следующим классификациям: по степени ассимиляции в языке-реципиенте, по историческому периоду, по сфере функционирования.

В рамках классификации по степени ассимиляции выделяются три основные группы: полностью ассимилированные, частично ассимилированные и неассимилированные заимствования [3].

Полностью ассимилированные заимствования составляют ядро английского вокабуляра наряду с исконной лексикой. Они следуют всем морфологическим, фонетическим и орфографическим стандартам английского языка, стилистически нейтральны, могут быть доминантными в синонимических рядах и активно участвуют в словообразовании. К этой группе относятся скандинавский глагол *take*, латинское *wall*, французское *table*.

Частично ассимилированные заимствования представляют собой неоднородную группу, в которой выделяются несколько подтипов:

Не ассимилированные семантически — слова, обозначающие реалии, специфические для страны происхождения (*rickshaw, rouble, sherbet*).

Не ассимилированные грамматически — существительные, заимствованные из латинского или греческого, сохраняющие оригинальные формы множественного числа (*phenomenon — phenomena, index — indices*).

Не полностью ассимилированные фонетически — слова, сохраняющие ударение на конечном слоге (*machine, cartoon, police*) или содержащие звуки, нестандартные для английского языка (*bourgeois, memoir* с [wa:]). Часто характерна вариантность произношения (*garage* — ['gærɑ:ʒ] или ['gærɪdʒ]).

Не полностью ассимилированные графически — слова, заимствованные из французского, в которых конечная согласная не произносится (*ballet, buffet*), а также слова с французскими диграфами (*bouquet*).

Абсолютные заимствования согласно этому подходу входят в группу полностью неассимилированных заимствований. Они сохраняют исходную форму, не адаптированы фонетически и грамматически, не участвуют в английском словообразовании. Однако они способны подчиняться базовым грамматическим правилам — например, приобретение артикля у существительных (*the hygge*). Классификация заимствований согласно исторической периодизации позволяет выделить несколько ключевых периодов, каждый из которых характеризовался доминированием определённых языков-источников [1; 4].

Древнеанглийский период (до 1150 г.) характеризуется заимствованиями из латинского (*cheese, street, wall, wine*) через контакты с Римской империей и христианизацию Британии, а также из кельтских языков.

Период скандинавских заимствований (VIII–XI вв.) связан с датскими и норвежскими вторжениями. Скандинавские заимствования (*husband, root, die,*

want, take) отличаются высокой степенью ассимиляции — многие из них неотличимы от исконных английских слов.

Среднеанглийский период (1150–1500 гг.) — время проникновения французских заимствований после Нормандского завоевания 1066 года. Французская лексика (table, face, matter, allow, travel) охватила практически все сферы жизни — административное управление, право, религию, кулинарию, искусство.

Период Возрождения (1500–1650 гг.) отмечен активным заимствованием из латинского и греческого языков, особенно в сфере науки, медицины и искусства.

Новоанглийский период (с 1650 г. по настоящее время) характеризуется заимствованиями из языков народов мира в связи с расширением британской колониальной экспансии и глобализацией. Источниками становятся итальянский (cappuccino, prima donna), испанский (macho, gringo), немецкий (zeitgeist, angst), японский (komorebi, onsen), хинди (rajah, namaste), языки североамериканских индейцев (wigwam, moccasin) и многие другие.

По сфере функционирования заимствования могут быть разделены на:

Терминологические заимствования — составляют значительную часть вокабуляра в области науки, техники, медицины, искусства (anion, cation, telephone, phonograph).

Экзотизмы — слова, обозначающие реалии, специфические для определённой культуры и не имеющие точных эквивалентов в английском языке (rajah, wigwam).

«Международные слова» — лексические единицы, заимствованные многими языками из общего источника (чаще всего латинского или греческого) и сохраняющие формальное и семантическое сходство.

Обыденные заимствования — слова, вошедшие в повседневный обиход и утратившие связь с источником происхождения (table, face, matter).

Абсолютные заимствования часто встречаются в таких сферах как культура, искусство, кулинария, туризм, где они выполняют функцию передачи специфических реалий и культурных кодов. Например, японское слово *ikigai*, итальянское *prima donna*, немецкое *zeitgeist*, китайское *feng shui* — все эти единицы могут быть классифицированы как абсолютные заимствования.

Таким образом, абсолютные заимствования в современном английском языке характеризуются:

- сохранением исходной формы слова;

- содержанием фонетических элементов, нетипичных для английского (например, специфические звуки, ударения);
- возможным обозначением специфических реалий, не имеющих эквивалентов в английском.
- В современном английском языке, особенно в письменной и разговорной речи, абсолютные заимствования часто используются для [5]:
 - передачи культурных специфик;
 - создания стилистического эффекта;
 - уточнения смыслов в специализированных областях;
 - передачи эмоционального или эстетического оттенка.

Таким образом, абсолютные заимствования в современном английском языке — это лексические единицы, заимствованные с минимальной адаптацией и сохраняющие высокую степень иноязычности по форме, произношению и значению.

Изучение абсолютных заимствований позволяет проследить культурно-исторические связи английского языка с другими языками мира, понять механизмы интеграции иноязычной лексики в систему языка-реципиента, выявить специфику функционирования таких единиц в сферах культуры, искусства, кулинарии и туризма, а также оценить роль социолингвистических факторов в процессе ассимиляции. Важно отметить, что абсолютные заимствования могут со временем подвергаться частичной ассимиляции, переходя в категорию частично ассимилированных заимствований в зависимости от частотности употребления, социальной значимости и культурной интеграции.

В эпоху глобализации, когда проникновение лексики становится интенсивным и непрерывным, исследование абсолютных заимствований приобретает особую актуальность для понимания динамики современного английского языка и механизмов языковых контактов.

Список литературы

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие / И. В. Арнольд. – 2-е изд., перераб. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 376 с.
2. Хауген Э. Языковой контакт // Новое в лингвистике. — Вып. 6. — М., 1972. — 61–80 с.

3. Амосова Н. Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка / Н. Н. Амосова. — М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1956. — 218 с.

4. Аракин В.Д. История английского языка: учебное пособие / В.Д. Аракин. 2-е изд. Москва: Физматлит, 2003. – 272 с.

5. Мильянович К.Р. Роль заимствований в пополнении словарного состава современного английского языка / К.Р. Мильянович // Вклад молодых ученых в аграрную науку. - Кинель: ИБЦ Самарского ГАУ, 2021. – С. 648–652.

© Байсунгурова А.М., 2026

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДОКУМЕНТОВ НЕМЕЦКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ БАРЬЕР ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

Беликова Анастасия Руслановна

студент

Научный руководитель: **Морозова Маргарита Евгеньевна**

канд.фил.наук, профессор кафедры германистики

и межкультурной коммуникации

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В работе рассматривается специфика академических документов немецких вузов, выраженная в скрытых предписаниях, пассивных оборотах и длинных предложениях с инверсией. Языковые и культурные сложности, затрудняющие понимание иностранными учащимися, становятся для них серьезным коммуникативным барьером и требуют специальной лингвистической подготовки.

Ключевые слова: немецкие университеты, иностранные студенты, коммуникативный барьер, институциональный дискурс, имплицитность, пассивные конструкции, руководство по модулям.

LINGUISTIC FEATURES OF GERMAN UNIVERSITY DOCUMENTS AS A COMMUNICATION BARRIER FOR INTERNATIONAL STUDENTS

Belikova Anastasiia Ruslanovna

Scientific adviser: **Morozova Margarita Evgenievna**

Abstract: The article examines the academic documents of German universities. Hidden prescriptions, passive constructions and long sentences with inversion make it difficult for foreign students to understand. The identified features require special linguistic training.

Key words: German universities, international students, communicative barrier, institutional discourse, implicitness, passive constructions, module handbook.

В 2024/25 учебном году число иностранных студентов в Германии превысило 400 тысяч человек, а их доля достигла 17% от общего числа

обучающихся. С 2023 года Германия занимает третье место в мире по приему иностранных студентов после США и Великобритании.

При сохранении количественного роста интернационализации система немецкого высшего образования сталкивается с проблемой коммуникативных барьеров, поскольку основные страны происхождения обучающихся в Германии – Индия, Китай и Турция. Эти страны представляют собой высококонтекстуальные культуры, значимая информация в которых передается не через письменный текст, а через устную коммуникацию и общий уровень фоновых знаний. Иностранные студенты, даже успешно сдавшие языковые экзамены на уровень B2-C1, испытывают трудности при чтении официальных документов вуза – руководств по модулям и положений об экзаменах и обучении. Причина этих трудностей носит дискурсивный характер: академические тексты немецких университетов строятся по особым институциональным правилам, которые предполагают высокую степень имплицитности предписаний, использование пассивных конструкций и минимальную адресованность.

Цель статьи – выявить лингвистические средства, с помощью которых в руководствах по модулям формулируются скрытые требования к студентам, и показать, почему эти средства создают коммуникативные барьеры для иностранных учащихся.

В современной лингвистике понятие дискурса относится к числу наиболее частотных и одновременно наиболее дискуссионных. Самое цитируемое в отечественной лингвистике определение понятия «дискурс» принадлежит Н.Д. Арутюновой. В Лингвистическом энциклопедическом словаре дискурс характеризуется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими – факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие... это речь, «погруженная в жизнь»» [1]. Дискурс понимается нами не как синоним текста, а как более широкое понятие, которое включает в себя речевое произведение, а также контекст его создания и функционирования. Специфика конкретного дискурса определяется типом социального института, в рамках которого он реализуется.

В современной лингвистической типологии принято разграничивать личностно- и статусно-ориентированный (институциональный) типы дискурса. В.И. Карасик определяет данный тип дискурса как «специализированную

клишированную разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [2, с. 195]. Одним из наиболее существенных признаков институционального дискурса выступает его специализированность. Е.И. Шейгал подчеркивает: «Всякий институциональный дискурс использует определенную систему профессионально-ориентированных знаков, или, другими словами, обладает собственным подязыком (специальной лексикой, фразеологией и паремиологией)» [3, с. 23]. Применительно к академической среде немецкого вуза таким подязыком выступает не только терминология конкретных научных дисциплин, но и пласт административно-образовательной лексики, регулирующей взаимодействие студента с университетскими структурами.

Еще одним признаком является статусно-ролевое неравенство участников коммуникации. И.С. Артюхова отмечает: «Субъекты образовательного дискурса обладают определенными статусно-ролевыми функциями, мотивами, ценностями, личностными качествами... Традиционное понимание образовательного процесса «накладывает монополию на ведение коммуникации, и любая попытка изменить изначально заданный коммуникативный сценарий воспринимается как отклонение от нормы»» [4, с. 58–59]. Данное положение имеет принципиальное значение для анализа межкультурной среды немецкого высшего образования.

В рамках университетской среды выделяются относительно самостоятельные, но при этом тесно взаимосвязанные типы дискурса. И.С. Дронов выделяет три базовых типа: педагогический, образовательный и академический.

Педагогический дискурс определяется как «процесс коммуникативно-речевого взаимодействия коммуникантов, осуществляющегося с целью достижения определенных педагогических целей, способствующих социализации обучающегося в обществе» [5, с. 337–338].

Академический дискурс И.С. Дронов определяет как «процесс и результат нормативно организованного профессионально-ориентированного речевого устного и письменного взаимодействия для учебных целей, обладающие как лингвистическими, так и экстралингвистическими свойствами» [5, с. 337–338]. По нашим наблюдениям, именно академический дискурс охватывает институциональные коммуникативные практики, регулирующие взаимодействие студента с университетом как с административной структурой.

Образовательный дискурс, согласно концепции И.С. Дронова, представляет собой «совокупность образовательно-методических приемов, нацеленных на повышение уровня обученности участников в формации процесса коммуникации между преподавателем и обучающимся» [5, с. 338]. И.С. Артюхова, в свою очередь, предлагает более широкий взгляд, определяя образовательный дискурс как «систему ценностно-смысловой коммуникации субъектов образовательного процесса» [4, с. 58]. В этом определении на передний план выходит ценностно-смысловая составляющая: участники обмениваются не просто информацией, а смыслами, соотношенными с категориями должного и значимого. Как отмечает М.Е. Морозова, ценностно-смысловая нагрузка находит свое выражение в риторической модальности текста – соответствии его формата целевой прагматической задаче [6, с. 137]. Это означает, что форма, в которую облекается учебный материал, сама по себе несёт определённое сообщение о том, что от студента ожидается. В случае руководств по модулям описательная форма подачи компетенций скрывает в себе регулятивную функцию. Документ не просто информирует, но и в то же время предписывает.

Категория императивности в текстах академических документов немецких университетов реализуется не через повелительное наклонение, а через ряд косвенных приемов. Первый приём – пассивные конструкции с модальным значением. Как отмечает С.С. Габдуллин, «основное предназначение одночленных пассивных конструкций состоит в выдвигании на передний план предикативного признака, актуализирующегося в результате синхронной элиминации... субъектных и объектных признаков глагола» [7, с. 375]. Габдуллин характеризует императивный пассив как форму, содержащую «безапелляционность указания, не допускающую какие-либо возражения» [7, с. 375]. Второй приём – констатация негативных последствий вместо прямого запрета или требования. Третий приём – имплицитные требования, заложенные в описаниях компетенций. Формулировки типа «die Studierenden sind in der Lage ... zu analysieren» или «die Studierenden erwerben die Fähigkeit ... zu reflektieren» в руководствах по модулям внешне выглядят как констатация планируемых результатов обучения, однако в экзаменационной ситуации именно эти способности подлежат тестированию.

Отмеченные лингвистические особенности не случайны: они обусловлены жанровой спецификой институциональных академических текстов, в которых основная коммуникативная задача заключается не в установлении

диалога с адресатом, а в фиксации нормативных требований. Имплицитность императива в таких документах представляет собой жанровую норму, усвоенную носителями языка в процессе академической социализации. Для иностранного студента эта норма остается скрытой, поскольку стандартные языковые курсы ориентированы на общеупотребительный и разговорный регистры, а не на административно-академический функциональный стиль. В результате описательные конструкции, содержащие скрытое предписание, воспринимаются как информативные, а не как регулятивные, что и порождает коммуникативный сбой.

Материалом исследования послужили руководства по модулям и положения об экзаменах и обучении пяти немецких университетов: Гамбургского, Мюнхенского имени Людвига и Максимилиана, Гейдельбергского имени Рупрехта и Карла, Университета имени Отто фон Герике в Магдебурге и Потсдамского. В качестве основного метода используется дискурс-анализ.

Анализ документов пяти университетов показывает единообразие в формулировках целей и компетенций. В руководстве по модулям Гамбургского университета для курса «Entrepreneurship and Digital Transformation» используется сочетание глаголов *erwerben*, *erlernen* и *trainieren*: «Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse ... erlernen ein systematisches Vorgehen zur Analyse ... trainieren Fähigkeiten zum Transfer». Первые два глагола (*erwerben*, *erlernen*) описывают приобретение знаний и усвоение методов, третий (*trainieren*) – отработку практических навыков. В экзаменационной ситуации от студента требуется продемонстрировать как усвоенные знания, так и умение их применять, хотя в самой формулировке модуля это предписание не выражено прямо.

Аналогичная модель фиксируется в документах Гейдельбергского университета: в модуле «Orientierungsmodul Sprachwissenschaft» указано: «Die Studierenden ... erwerben ... die Fähigkeit zum selbständigen Einarbeiten in komplexere sprachwissenschaftliche Fragestellungen». Здесь глагол *erwerben* сопровождается именным оборотом *die Fähigkeit zum selbständigen Einarbeiten*, что акцентирует не столько содержание, сколько способ его освоения.

В документах Потсдамского, Магдебургского и Мюнхенского университетов встречаются те же глаголы: *verstehen*, *analysieren*, *reflektieren*, *in der Lage sein*, *befähigt werden*. Такое единообразие свидетельствует о сложившейся жанровой норме образовательных документов Германии. Показательно, что ни в одном из изученных модульных справочников не встретилось прямое

обращение к студенту во втором лице (du/Sie) или императивная форма глагола.

Синтаксическая организация положений об экзаменах и обучении также создает трудности для иностранных студентов. В этих документах часто встречаются длинные предложения с инверсией и придаточными, где сказуемое оторвано от подлежащего несколькими конструкциями. Носитель языка воспринимает такую структуру как привычную, но иностранному читателю, ориентированному на более прямой порядок слов в родном языке, приходится неоднократно возвращаться к началу предложения, чтобы восстановить его смысл.

Дополнительную сложность вносят пассивные обозначения лица («die zu prüfende Person», «der oder die Studierende»), которые обезличивают адресата: становится неясно, относится ли правило ко всем студентам или к конкретному случаю.

Что касается бюрократической лексики (Frist, Rücktritt, Widerspruch, Zulassung, Täuschungsversuch, Fehlversuch, Anrechnung), то сами по себе эти слова обычно понятны при переводе. Однако в сочетании с синтаксической осложненностью они создают эффект, при котором каждое слово в отдельности знакомо, а общий смысл целого абзаца ускользает.

Выявленные барьеры носят системный характер. Имплицитный характер предписаний в руководствах по модулям – формулировки «Die Studierenden sind in der Lage...», «Die Studierenden erwerben die Fähigkeit...» – превращает информацию о содержании курса в скрытые требования, тестируемые на экзамене. Синтаксическая сложность проявляется в длинных предложениях с несколькими придаточными и разрывами смысловых конструкций. Специализированная бюрократическая лексика редко встречается в стандартных языковых курсах. Формы обращения также создают барьер: во всех проанализированных документах вместо прямого обращения к студенту используются безличные конструкции; информация, адресованная непосредственно иностранным студентам, либо отсутствует, либо разрознена и сформулирована так же сложно, как и общие правила.

Проведенный анализ показывает, что коммуникативный барьер для иностранных студентов в немецких университетах имеет дискурсивно-структурную, а не исключительно лексическую природу. В руководствах по модулям скрытые требования замаскированы под информативные описания, хотя именно эти компетенции становятся предметом экзаменационной проверки.

В экзаменационных положениях императивность выражается через пассивные конструкции и констатацию негативных последствий, а не через повелительное наклонение. Синтаксическая сложность документов и отсутствие дополнительных пояснений для иностранных учащихся также создают трудности. Полученные результаты обосновывают необходимость включения в курсы немецкого как иностранного языка специального раздела по чтению административно-академической документации с акцентом на распознавание и декодирование скрытых предписаний и дискурсивных стратегий.

Список литературы

1. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://tapemark.narod.ru/les/136g.html> (дата обращения 11.04.2026)
2. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с. – ISBN 5-7333-0143-0.
3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – 367 с. – ISBN 5-88234-394-1.
4. Артюхова И.С. Образовательный дискурс как система ценностно-смысловой коммуникации субъектов образовательного процесса // Развитие современного образования: теория, методика и практика. 2016. № 1(7). С. 56–59.
5. Дронов И.С. Дискурсивное пространство образовательной среды вуза // Неофилология. 2021. № 26. С. 335–344.
6. Морозова М. Е. Риторическая модальность как формат текста целевого назначения / М. Е. Морозова // Герменевтический круг: текст-смысл-интерпретация : Сборник научных статей / Ответственный редактор: И.П. Черкасова. Том Выпуск 4. – Армавир-Пятигорск-Ставрополь : Армавирская государственная педагогическая академия, 2015. – С. 137–145. – EDN UIZWFJ.
7. Габдуллин С.С. К проблеме страдательных оборотов безличного типа в современном немецком языке // Доклады Башкирского университета. 2021. Т. 6, № 6. С. 374–377.

© Беликова А.Р., 2026

**СЛЕНГОВОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ИМЁН СОБСТВЕННЫХ
В ПРОЦЕССАХ ЭВФЕМИЗАЦИИ И ДИСФЕМИЗАЦИИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

Кочнева Виктория Станиславовна

студент

Научный руководитель: **Киселёва Анна Владимировна**

к.ф.н., профессор

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматриваются особенности сленгового употребления имён собственных в эвфемистических значениях в современном англоязычном интернет-дискурсе. Исследование выполнено на материале 100 текстовых фрагментов, отобранных из социальных сетей. Особое внимание уделяется процессам вторичной номинации, в результате которых антропонимы приобретают новые значения и начинают использоваться для обозначения социальных типов личности. Установлено, что имена собственные Karen, Chad, Becky, Kevin и Kyle выполняют номинативную, оценочную и идентификационную функции, а также участвуют в процессах эвфемизации и дисфемизации. Наиболее частотной единицей является антропоним Karen, составляющий 50% исследуемого корпуса. Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что использование антропонимов в переносных значениях представляет собой устойчивую тенденцию развития современного английского языка в условиях цифровой коммуникации.

Ключевые слова: эвфемизм, сленг, имя собственное, антропоним, интернет-дискурс, вторичная номинация, социальные сети.

**SLANG USE OF PROPER NAMES IN EUPHEMISTIC MEANINGS
IN ENGLISH-LANGUAGE INTERNET DISCOURSE**

Kochneva Victoria Stanislavovna

Scientific adviser: **Kiseleva Anna Vladimirovna**

Abstract: The article examines the peculiarities of slang use of proper names in euphemistic meanings within modern English-language Internet discourse. The research is based on 100 text fragments collected from social media. Particular

attention is paid to the processes of secondary nomination through which anthroponyms acquire new meanings and begin to denote specific social personality types. The study demonstrates that proper names such as Karen, Chad, Becky, Kevin and Kyle perform nominative, evaluative, identificational and euphemistic functions, while also participating in the processes of euphemization and dysphemization. The most frequent unit is Karen, which accounts for 50% of the analysed corpus. The findings indicate that the use of anthroponyms in figurative meanings has become a stable trend in the development of modern English under conditions of digital communication.

Key words: euphemism, slang, proper name, anthroponym, Internet discourse, secondary nomination, social media.

Современная цифровая коммуникация оказывает существенное влияние на развитие английского языка. Социальные сети становятся пространством активного формирования новых языковых единиц, отражающих изменения в общественной жизни, системе ценностей и способах межличностного взаимодействия. Подобные процессы подробно рассматриваются в работах по интернет-лингвистике и цифровому дискурсу [5; 8].

Традиционно имя собственное выполняет идентифицирующую функцию и служит для обозначения конкретного человека. Однако в условиях интернет-коммуникации антропонимы всё чаще подвергаются процессу вторичной номинации и начинают использоваться как средства социальной оценки. Под вторичной номинацией понимается создание нового значения на основе уже существующего языкового знака [3, с. 289]. В результате такие имена, как Karen, Chad, Becky, Kevin и Kyle, приобретают устойчивые ассоциативные значения, выходящие за пределы их первоначального назначения.

Эвфемизация и дисфемизация являются важными механизмами языковой коммуникации. К. Аллан и К. Берридж рассматривают данные явления как взаимосвязанные способы языковой репрезентации действительности: эвфемизмы позволяют смягчать потенциально нежелательные или конфликтные высказывания, тогда как дисфемизмы используются для усиления негативной оценки объекта речи [1, с. 11–15; 2, с. 29–34]. В современном интернет-дискурсе оба процесса активно реализуются посредством сленговых единиц и меметических антропонимов, которые могут как нейтрализовать прямую негативную характеристику, так и выступать инструментом её усиления [9; 10].

Современный интернет-сленг характеризуется высокой динамичностью и способностью быстро реагировать на изменения социальной среды. По мнению Дж. Коулмана, сленг выступает особой формой языкового творчества и отражает актуальные процессы развития общества [4, с. 15]. В цифровой среде данные процессы дополнительно усиливаются благодаря социальным сетям и мем-культуре [5, с. 89]. Особую роль в распространении новых значений имён собственных играют интернет-мемы. Мемы обеспечивают быстрое закрепление новых культурных ассоциаций и превращают отдельные антропонимы в символы социальных типов [6, с. 41]. Подобные механизмы способствуют формированию коллективной идентичности пользователей сети [7, с. 590].

Материалом исследования послужили публикации в англоязычных социальных сетях. В ходе исследования был проанализирован корпус из 100 текстовых фрагментов, содержащих употребления антропонимов Karen, Chad, Becky, Kevin и Kyle в переносных значениях.

Для выявления частотности исследуемых единиц был проведён количественный анализ корпуса. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Частотность употребления антропонимов в исследуемом корпусе

Антропоним	Количество примеров	Доля от корпуса
Karen	50	50%
Chad	20	20%
Becky	12	12%
Kevin	10	10%
Kyle	8	8%
Итого	100	100%

При анализе исследуемого материала было установлено, что различные антропонимы реализуют неодинаковые прагматические функции. Часть единиц используется преимущественно для выражения негативной оценки личности и может рассматриваться как средство дисфемизации. Другие антропонимы обладают нейтральной или положительной коннотацией и функционируют как элементы групповой идентификации и языковой экономии.

Как показывают данные таблицы 1, наиболее частотной единицей является антропоним Karen, составляющий 50% исследуемого корпуса. Полученные результаты свидетельствуют о высокой степени закреплённости

данной единицы в современном англоязычном интернет-дискурсе как средства косвенной социальной характеристики личности.

Наиболее распространённой единицей исследуемого корпуса является антропоним Karen. В современном интернет-дискурсе данное имя используется для обозначения человека, склонного к конфликтному поведению, чрезмерным требованиям и демонстрации социального превосходства. Подобное употребление носит ярко выраженный негативно-оценочный характер и может рассматриваться как пример дисфемистической номинации. Вместо прямого оскорбления используется культурно закреплённый антропоним, который выполняет функцию социального ярлыка и позволяет участникам коммуникации быстро передавать комплекс отрицательных характеристик.

Значительный интерес представляет также антропоним Chad. В отличие от Karen, данная единица обладает преимущественно положительной или иронически-положительной коннотацией. Chad обозначает уверенного в себе мужчину, обладающего привлекательностью, высоким социальным статусом и активной жизненной позицией. Его использование связано не столько с дисфемизацией, сколько с созданием позитивного или шутливо-гиперболизированного образа личности.

Антропонимы Vesku, Kevin и Kyle характеризуются более узкой сферой употребления. Vesku ассоциируется с образом типичной представительницы массовой культуры, ориентированной на внешние атрибуты популярности. Kevin используется для обозначения человека, совершающего нелогичные или необдуманные поступки. Kyle связывается с образом импульсивного и эмоционально нестабильного молодого человека. Во всех случаях имя собственное выступает компактным средством передачи сложного комплекса социальных характеристик.

Проведённый анализ позволяет выделить несколько основных функций исследуемых антропонимов. Во-первых, они выполняют оценочную функцию, позволяя выражать отношение к поведению человека. Во-вторых, реализуют функцию языковой экономии, заменяя развёрнутые описания краткими и понятными обозначениями [5, с. 103]. В-третьих, выполняют идентификационную функцию, демонстрируя принадлежность участников коммуникации к определённому интернет-сообществу [7, с. 602]. Кроме того, исследуемые единицы участвуют в процессах эвфемизации и дисфемизации: в зависимости от коммуникативной ситуации они могут как смягчать прямую

характеристику личности посредством косвенной номинации, так и усиливать негативную оценку за счёт устойчивых культурных ассоциаций.

Следует отметить, что эффективность подобных единиц обусловлена наличием общего культурного опыта у участников интернет-коммуникации. Для правильной интерпретации значения антропонимов адресат должен обладать определёнными знаниями о современной интернет-культуре, мемах и сленговых практиках. Благодаря этому имена собственные становятся своеобразными маркерами групповой идентичности [8].

Таким образом, сленговое употребление имён собственных в англоязычном интернет-дискурсе представляет собой результат взаимодействия процессов вторичной номинации, эвфемизации, дисфемизации и меметизации [1; 3; 5; 6]. Исследование показало, что антропонимы Karen, Chad, Becky, Kevin и Kyle функционируют как средства социальной оценки и групповой идентификации. При этом часть единиц характеризуется преимущественно дисфемистическим потенциалом, тогда как другие используются для формирования нейтральных или положительно окрашенных образов. Данное явление отражает современные тенденции развития английского языка в условиях цифровой коммуникации и представляет интерес для дальнейшего изучения интернет-дискурса.

Список литературы

1. Allan K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon / K. Allan, K. Burridge. — New York : Oxford University Press, 1991. — 263 p.
2. Allan K. Forbidden Words: Taboo and the Censoring of Language / K. Allan, K. Burridge. — Cambridge : Cambridge University Press, 2006. — 314 p.
3. Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. — Москва : Языки славянских культур, 2004. — 560 с.
4. Coleman J. The Life of Slang / J. Coleman. — Oxford : Oxford University Press, 2012. — 354 p.
5. Crystal D. Language and the Internet / D. Crystal. — Cambridge : Cambridge University Press, 2006. — 318 p.
6. Shifman L. Memes in Digital Culture / L. Shifman. — Cambridge : The MIT Press, 2013. — 212 p.

7. Bucholtz M. Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Approach / M. Bucholtz, K. Hall. // *Discourse Studies*. — 2005. — Vol. 7, No 4-5. — P. 585–614. — DOI: 10.1177/1461445605054407.

8. Karjus A. Evolving Linguistic Divergence on Polarizing Social Media / A. Karjus, C. Cuskley // *Humanities and Social Sciences Communications*. — 2024. — Vol. 11. — P. 422. — DOI: 10.1057/s41599-024-02922-9.

9. Mironina A. Y. Euphemism as a linguistic strategy of evasion in political media discourse / A. Y. Mironina, G. V. Porchesku // *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*. — 2023. — Vol. 9, No. 2. — P. 4–18. — DOI: 10.18413/2313-8912-2023-9-2-0-1.

10. Рябова М.Ю. Коммуникативные стратегии эвфемизации и дисфемизации дипломатического дискурса / М.Ю. Рябова, Н.С. Каруковец // *Политическая лингвистика*. — 2025. — № 2 (110). — С. 197–204. — Текст : электронный. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-evfemizatsii-i-disfemizatsii-diplomaticheskogo-diskursa> (дата обращения 18.06.2026).

© Кочнева В.С., 2026

**КОММУНИКАТИВНЫЕ, КОГНИТИВНЫЕ И ВЕРБАЛЬНЫЕ
ТЕКСТОВЫЕ СТРАТЕГИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ**

Павленко Афина Дмитриевна

студент

Научный руководитель: **Варганова Карина Юрьевна**

к.п.н., доц.

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматриваются коммуникативные, когнитивные и вербальные стратегии как важнейшие механизмы организации текстовой коммуникации. Анализируются теоретические основы данных стратегий, их взаимосвязь и роль в процессе создания и интерпретации текстов. Особое внимание уделяется функционированию собственных имён как вербальных символов, способных активизировать когнитивные структуры и культурные ассоциации адресата. Исследуются особенности интернет-коммуникации как современной среды реализации текстовых стратегий, а также влияние цифровизации на развитие языковых практик. Показано, что эффективное использование коммуникативных, когнитивных и вербальных стратегий способствует повышению качества взаимодействия в цифровом пространстве и обеспечивает успешную передачу информации в условиях мультимодального дискурса.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, когнитивная стратегия, вербальная стратегия, дискурс, интернет-коммуникация, когнитивная лингвистика, собственные имена.

**COMMUNICATIVE, COGNITIVE AND VERBAL TEXT STRATEGIES
IN MODERN DIGITAL DISCOURSE**

Pavlenko Athena Dmitrievna

Scientific adviser: **Vartanova Karina Yurievna**

Abstract: The article examines communicative, cognitive and verbal strategies as fundamental mechanisms of text communication. The theoretical foundations of

these strategies, their interaction and their role in text production and interpretation are analyzed. Particular attention is paid to proper names as verbal symbols capable of activating cognitive structures and cultural associations. The study also explores the features of Internet communication as a modern environment for the implementation of text strategies and the influence of digitalization on language practices. It is concluded that the effective use of communicative, cognitive and verbal strategies improves interaction in digital environments and ensures successful information exchange in multimodal discourse.

Key words: communicative strategy, cognitive strategy, verbal strategy, discourse, Internet communication, cognitive linguistics, proper names.

Современная лингвистика всё чаще рассматривает язык не только как систему знаков и правил, но и как инструмент организации человеческой деятельности. Коммуникация представляет собой сложный процесс обмена информацией, в котором участвуют не только языковые единицы, но и когнитивные механизмы, социальные установки, культурные нормы и коммуникативные намерения участников общения. В этой связи особую значимость приобретают коммуникативные, когнитивные и вербальные стратегии, обеспечивающие эффективность речевого взаимодействия и позволяющие адаптировать сообщение к конкретным условиям общения.

Коммуникативные стратегии представляют собой совокупность действий, направленных на достижение определённой цели в процессе общения. Они позволяют говорящему выбирать наиболее эффективные способы передачи информации, учитывать особенности аудитории и прогнозировать реакцию адресата. В лингвистике коммуникативные стратегии рассматриваются как важный компонент речевой деятельности, обеспечивающий успешную реализацию намерений субъекта коммуникации. В зависимости от ситуации общения стратегии могут быть направлены на убеждение, информирование, воздействие, привлечение внимания или установление контакта между участниками коммуникации.

Важной особенностью коммуникативных стратегий является их тесная связь с когнитивными процессами. Любое речевое действие предполагает восприятие информации, её обработку, интерпретацию и последующее воспроизведение. Именно поэтому исследование коммуникативных стратегий невозможно без обращения к когнитивной лингвистике, которая рассматривает язык как отражение процессов мышления. Когнитивный подход позволяет

объяснить, каким образом человек формирует представления о мире, организует знания и использует языковые средства для выражения собственных мыслей.

Когнитивные стратегии обеспечивают структурирование информации и построение ментальных моделей, необходимых для понимания текста. В процессе восприятия сообщения адресат соотносит полученные данные с уже имеющимися знаниями и опытом, что позволяет ему интерпретировать смысл высказывания. Особенно заметна роль когнитивных стратегий при восприятии метафорических конструкций, аллюзий, символов и других средств не прямой коммуникации. В таких случаях понимание текста требует не только знания языка, но и активизации культурных, исторических и социальных представлений.

Одним из наиболее интересных объектов исследования в рамках когнитивной лингвистики выступают собственные имена. Традиционно они рассматриваются как средства индивидуализации объектов и лиц, однако их функции значительно шире. Собственные имена способны играть роль своеобразных вербальных символов, вызывающих у адресата определённые ассоциации и эмоциональные реакции. Упоминание известных исторических деятелей, литературных персонажей или общественных фигур активизирует сложные когнитивные структуры, содержащие информацию о соответствующих объектах. Благодаря этому собственные имена становятся эффективным инструментом коммуникативного воздействия.

В художественном дискурсе собственные имена часто используются для создания образности и формирования дополнительных смыслов. Имя персонажа может содержать скрытую характеристику героя, указывать на его происхождение, социальный статус или особенности характера. Подобный приём способствует углублению художественного образа и усиливает выразительность текста. Кроме того, собственные имена нередко выполняют интертекстуальную функцию, связывая произведение с культурной традицией и создавая дополнительные уровни интерпретации.

Не менее важную роль собственные имена играют в медиадискурсе и интернет-коммуникации. В цифровой среде они становятся маркерами идентичности, средствами самопрезентации и инструментами формирования коллективного сознания. Названия брендов, социальных платформ, сообществ и виртуальных персонажей нередко приобретают символическое значение и используются как элементы культурного кода. Благодаря этому собственные

имена участвуют не только в передаче информации, но и в конструировании социальной реальности.

Вербальные стратегии связаны с выбором конкретных языковых средств для достижения коммуникативной цели. Они включают использование определённой лексики, синтаксических конструкций, стилистических приёмов и способов организации текста. Вербальные стратегии позволяют автору управлять вниманием аудитории, создавать эмоциональный эффект и обеспечивать логическую связность сообщения. Эффективность коммуникации во многом зависит именно от того, насколько удачно подобраны языковые средства и насколько они соответствуют особенностям аудитории.

В условиях цифровизации общества значение вербальных стратегий существенно возрастает. Интернет-коммуникация характеризуется высокой скоростью обмена информацией, ограниченностью внимания пользователей и необходимостью быстрого восприятия сообщений. В результате тексты становятся более компактными, а языковые средства — более выразительными и функциональными. Распространение сокращений, эмодзи, мемов и других элементов цифровой культуры свидетельствует о формировании новых способов передачи смысла и организации коммуникации.

Особенностью интернет-дискурса является его мультимодальный характер. Современные сообщения редко ограничиваются исключительно текстом. Они включают изображения, видеоматериалы, графические элементы и другие средства визуальной коммуникации. В результате смысл формируется не только посредством слов, но и через взаимодействие различных знаковых систем. Это приводит к появлению новых когнитивных механизмов восприятия информации и требует разработки новых подходов к анализу текстовых стратегий.

Особое место в цифровом дискурсе занимают интернет-мемы, представляющие собой поликодовые образования, объединяющие вербальные и визуальные компоненты. Мемы позволяют передавать сложные смыслы в компактной форме, опираясь на коллективный культурный опыт пользователей сети. Их популярность демонстрирует изменение характера коммуникации в условиях цифровой среды и подтверждает необходимость изучения взаимодействия различных типов стратегий в современных текстах.

Когнитивно-дискурсивный подход позволяет наиболее полно исследовать особенности функционирования коммуникативных, когнитивных и вербальных стратегий. Его основное преимущество заключается в возможности

объединения анализа языковых форм с изучением ментальных процессов, лежащих в основе речевой деятельности. Такой подход позволяет учитывать как особенности текста, так и индивидуальные характеристики участников коммуникации, включая их знания, ценности, установки и культурный опыт.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением влияния цифровизации на процессы восприятия и производства текста. Развитие искусственного интеллекта, социальных сетей и мультимедийных технологий создаёт новые формы коммуникации, требующие пересмотра традиционных представлений о языке и дискурсе. Особый интерес представляет исследование механизмов взаимодействия вербальных и визуальных компонентов текста, а также анализ новых способов формирования коммуникативных стратегий в условиях цифровой среды.

Таким образом, коммуникативные, когнитивные и вербальные стратегии представляют собой взаимосвязанные механизмы организации речевой деятельности. Их эффективное использование обеспечивает успешную передачу информации, способствует формированию общего коммуникативного пространства и позволяет адаптировать текст к особенностям конкретной аудитории. В условиях цифровой трансформации общества значение данных стратегий возрастает, поскольку именно они обеспечивают эффективность взаимодействия в новых формах коммуникации. Исследование данных явлений имеет не только теоретическую, но и практическую значимость, поскольку способствует совершенствованию языковых практик и развитию современных моделей общения.

Список литературы

1. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: ЛЕНАНД, 2017. — 304 с.
2. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 560 с.
3. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика. — Минск: ТетраСистемс, 2008. — 272 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М.: Гнозис, 2004. — 390 с.
5. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: ЛИБРОКОМ, 2013. — 344 с.

6. Демьянков В.З. Когниция и понимание текста. — М.: Институт языкознания РАН, 2011. — 312 с.

7. Седов К.Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. — М.: Лабиринт, 2004. — 320 с.

© Павленко А.Д., 2026

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ ОБРАБОТКИ ЕСТЕСТВЕННОГО ЯЗЫКА

Сидаш София Юрьевна

студент

Научный руководитель: **Варганова Карина Юрьевна**

к.п.н., доц.

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В статье рассматриваются особенности семантической структуры текста как одного из ключевых объектов лингвистического анализа. Исследуются основные подходы к изучению семантики, методы представления знаний и современные модели обработки естественного языка. Особое внимание уделяется роли семантического анализа в интеллектуальных системах, а также перспективам использования гибридных подходов, сочетающих формальные и статистические методы обработки текстовой информации.

Ключевые слова: семантика текста, семантический анализ, обработка естественного языка, представление знаний, лингвистические модели, искусственный интеллект, нейронные сети.

SEMANTIC TEXT STRUCTURE AS THE BASIS OF MODERN NATURAL LANGUAGE PROCESSING SYSTEMS

Sidash Sofia Yurievna

Scientific adviser: **Vartanova Karina Yurievna**

Abstract: The article discusses the features of the semantic structure of text as one of the key objects of linguistic analysis. The main approaches to the study of semantics, knowledge representation methods, and modern natural language processing models are examined. Particular attention is paid to the role of semantic analysis in intelligent systems and to the prospects of using hybrid approaches that combine formal and statistical methods of text processing.

Key words: text semantics, semantic analysis, natural language processing, knowledge representation, linguistic models, artificial intelligence, neural networks.

Текст является основной единицей речевой коммуникации и представляет собой сложную систему взаимосвязанных языковых элементов. Одним из важнейших аспектов его изучения выступает семантическая структура, которая обеспечивает смысловую целостность и логическую связанность содержания. Исследование семантики текста имеет большое значение как для теоретической лингвистики, так и для разработки современных систем обработки естественного языка, способных интерпретировать и генерировать осмысленные высказывания.

Семантика рассматривается как раздел языкознания, изучающий значение языковых единиц и закономерности формирования смысла. В отличие от фонетики, морфологии и синтаксиса, она сосредоточена на содержательной стороне языка и исследует способы передачи информации посредством слов, словосочетаний и предложений. Значение языковой единицы формируется не только за счёт её словарного содержания, но и под влиянием контекста, коммуникативной ситуации и связей с другими элементами текста [1, с. 84].

Важное место в семантическом анализе занимает изучение компонентов значения. Одним из базовых понятий является сема — минимальная смысловая единица, участвующая в формировании значения слова. Совокупность сем образует семантическую структуру языковой единицы и позволяет выявлять сходства и различия между понятиями. Благодаря этому становится возможным описание таких отношений, как синонимия, антонимия, гипонимия и другие типы смысловых связей [4, с. 56].

Современное развитие информационных технологий привело к активному использованию семантических моделей в системах обработки естественного языка. Для представления знаний применяются различные подходы, среди которых особое место занимают онтологии, семантические сети и фреймовые структуры. Онтологии позволяют формализовать знания о предметной области и установить отношения между понятиями, что способствует более точному пониманию содержания текста [3, с. 214].

Семантические сети представляют знания в виде графовых структур, где вершины соответствуют объектам или понятиям, а связи отражают отношения между ними. Подобный способ представления информации обеспечивает возможность выявления сложных смысловых зависимостей и построения ассоциативных цепочек, что особенно важно при анализе больших объёмов текстовых данных [6, с. 341].

Наряду с формальными моделями широкое распространение получили статистические и нейросетевые методы.

Их особенностью является способность выявлять скрытые закономерности в текстах на основе анализа больших массивов данных. Современные языковые модели используют распределённые представления слов и контекстные механизмы обработки информации, что позволяет учитывать многозначность и особенности употребления языковых единиц в различных коммуникативных ситуациях [7, с. 173].

Сравнение существующих подходов показывает, что каждая группа методов обладает своими преимуществами и ограничениями. Формальные модели обеспечивают высокую степень структурированности знаний и прозрачность интерпретации результатов, однако требуют значительных ресурсов для создания и сопровождения. Статистические методы отличаются высокой скоростью обработки и хорошей масштабируемостью, но не всегда способны объяснить причины полученных выводов. Нейросетевые технологии обеспечивают высокий уровень точности и адаптивности, однако характеризуются сложностью внутренней организации и значительными вычислительными затратами [5, с. 98].

В настоящее время наиболее перспективным направлением считается разработка гибридных систем, объединяющих преимущества различных подходов. Интеграция формализованных баз знаний с алгоритмами машинного обучения позволяет повысить качество интерпретации текста, улучшить обработку контекста и обеспечить более надёжное представление смысла. Такие решения находят применение в интеллектуальном поиске информации, машинном переводе, автоматическом реферировании и диалоговых системах.

Таким образом, семантическая структура текста является важнейшим компонентом современных лингвистических исследований и технологий обработки естественного языка. Её изучение позволяет глубже понять механизмы формирования смысла и способствует созданию интеллектуальных систем нового поколения. Дальнейшее развитие семантического анализа связано с интеграцией различных способов представления знаний и совершенствованием методов автоматической интерпретации текста [3, с. 418].

Список литературы

1. Апресян Ю. Д. Избранные труды по лексической семантике. – М.: Языки русской культуры, 1995. – 472 с.

2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
4. Новиков Л. А. Семантика русского языка. – М.: Высшая школа, 1982. – 272 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
6. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. – М.: Академический проект, 2004. – 992 с.
7. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке. – М.: Флинта, 2005. – 416 с.

© Сидаш С.Ю., 2026

**РЕКЛЕЙМИНГ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН:
СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ
СТИГМАТИЗИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ**

Ломакин Максим Олегович

студент

Научный руководитель: **Степанова Наталья Юрьевна**

доцент кафедры лингвистики

и межкультурной коммуникации,

кандидат филологических наук, доцент

ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»

Аннотация: В статье рассматривается явление реклейминга (англ. *reclaiming / reclamation*) – процесса семантической переориентации стигматизированных лексических единиц членами тех социальных групп, против которых данные слова исторически применялись. Анализируются лингвистические механизмы реклейминга, такие как семантическая нейтрализация, коннотативная инверсия, прагматическая специализация и ироническое переосмысление, а также социопрагматические условия его успешности.

Ключевые слова: реклейминг, семантический сдвиг, стигматизированная лексика, социолингвистика, идентитарная функция языка, прагматика.

**RECLAIMING AS A LINGUISTIC PHENOMENON: SEMANTIC
TRANSFORMATION OF STIGMATIZED VOCABULARY**

Lomakin Maksim Olegovich

Scientific adviser: Stepanova Natalia Yurievna

Abstract: This article examines the phenomenon of reclaiming – the process of semantic reorientation of stigmatized lexical units by members of social groups against whom such words have historically been used. The study identifies four linguistic mechanisms of reclaiming: semantic neutralization, connotative inversion, pragmatic specialization, and ironic reinterpretation. Sociopragmatic conditions determining the success of reclaiming are also analyzed: group cohesion, degree of traumatic load, social visibility, media transmission, and generational dynamics.

Key words: reclaiming, semantic shift, stigmatized vocabulary, sociolinguistics, identity function of language, pragmatics.

Введение

Язык несёт отпечаток социальных иерархий: слова способны стигматизировать и маргинализировать, но они же могут стать инструментом солидарности. На пересечении этих полюсов располагается реклейминг – процесс, при котором социальная группа «возвращает себе» слово, ранее использовавшееся как орудие дискриминации. Несмотря на широкое обсуждение феномена в англоязычной литературе [1; 2; 3], в русскоязычной лингвистике он остаётся малоизученным. Цель данной статьи – систематизировать лингвистические механизмы реклейминга и описать условия его успешности.

Основная часть

Реклейминг – особый случай мелиорации [4], связанной с трансформацией коннотативного и прагматического потенциала слова [5], принципиально отличающийся от стихийных исторических процессов своей целенаправленностью: изменяются, прежде всего, коннотации и прагматические условия употребления, а не денотативное значение. В отличие от эвфемизации, реклейминг сохраняет форму исходного слова, трансформируя лишь его содержание. По И. Гоффману [6, с. 11-12], стигматизация маркирует носителя как «испорченного» в глазах нормативного большинства. В рамках теории речевых актов [7; 8] оскорбление – перформатив, осуществляющий социальное действие. Дж. Батлер [9, с. 14-15] указывала, что возможность «повторить оскорбление иначе» является формой агентности угнетённого субъекта; реклейминг вписывается в теории языкового сопротивления.

Ключевая прагматическая особенность реклеймируемой лексики — контекстуальная амбивалентность: одно слово может быть оскорблением или маркером солидарности в зависимости от того, кто его произносит и кому адресует [2, с.15]. Принцип «членства в группе» порождает асимметрию «своего» и «чужого» использования.

Рассмотрим лингвистические механизмы реклейминга: семантическая нейтрализация – снижение пейоративного заряда при сохранении денотата; как правило, первый шаг реклейминга. Коннотативная инверсия – переворачивание оценочного знака: слово из оскорбления становится маркером гордости. Прагматическая специализация – слово остаётся оскорбительным «в чужих устах», но нейтрально или позитивно внутри группы; этот механизм порождает асимметрию «своего» и «чужого» использования [10, с. 464-465]. Ироническое переосмысление – карнавализация ярлыка, его доведение до абсурда и тем самым обезвреживание.

Данные механизмы семантического сдвига особенно отчетливо проявляются на материале этнических и расовых пейоративов, дизабилити-лексики и гендерных маркеров. В афроамериканском английском расово-стигматизированное слово «*nigger*» функционирует как внутригрупповой маркер принадлежности [1, с. 142] – речь идёт не о нейтральной реабилитации, а о создании особой внутригрупповой семантики. В русском языке аналогичную динамику можно наблюдать в диаспорных сообществах, хотя подобные процессы нередко встречают сопротивление старшего поколения. В среде активистов с инвалидностью слова «*cripple*», «*crip*» переосмысляются как нейтральные самоопределения [11, с. 14-17] в противовес медикализирующим конструкциям. Реклейминг здесь неотделим от модели социальной инвалидности. В русскоязычном феминистском дискурсе переосмыляются слова «ведьма», «стерва», «баба»: они превращаются в обозначения независимости и силы. Гендерный реклейминг нередко сопровождается иронией: феминистки «принимают» навешанные ярлыки, обнажая их абсурдность. Этимологически многие из этих слов не несли изначально негативной коннотации [12, с. 105-106]. При этом ироническое обнажение абсурдности ярлыка сталкивается с серьезными ограничениями. Устойчивость нового значения зависит от нескольких условий, в числе которых: сплочённость сообщества: чем выше консолидация группы, тем устойчивее новое значение. Степень травматичности слова: чем острее историческое насилие, тем труднее переосмысление [13, с. 730-734]. Р. Бронтсема [2, с. 6, 8] фиксирует, что старшее поколение, непосредственно пережившее слово как оружие, значительно реже принимает его реклейминг, чем молодёжь, не имеющая этого травматического опыта. Социальная видимость группы: с ростом агентности группы её право на языковое самоопределение становится более легитимным [14, с. 679-682]. Медийная трансляция: новое значение закрепляется через литературу, музыку, социальные сети. Поколенческий фактор: молодые члены групп более склонны к реклеймингу, что нередко порождает внутривоколенческие конфликты [1, с. 161].

Заключение

Реклейминг – социолингвистический феномен на пересечении семантики, прагматики и социологии языка, представляющий собой акт языкового самоопределения маргинализированных групп. Он опирается на четыре взаимосвязанных механизма: семантическую нейтрализацию, коннотативную инверсию, прагматическую специализацию и ироническое переосмысление. Успех процесса определяется сплочённостью группы, степенью травматич-

ности слова, социальной видимостью группы и медийной трансляцией. Перспективным направлением дальнейших исследований является корпусный анализ реклаймируемых единиц в русскоязычных социальных медиа.

Список литературы

1. Rahman J. The N word: Its history and use in the African American community // *Journal of English Linguistics*. – 2012. – Vol. 40, № 2. – P. 137–171.
2. Brontsema R. A Queer Revolution: Reconceptualizing the Debate over Linguistic Reclamation // *Colorado Research in Linguistics*. – 2004. – Vol. 17, № 1. – P. 1–17.
3. Croom A. M. Slurs // *Language Sciences*. – 2011. – Vol. 33, № 3. – P. 343–358.
4. Ullmann S. *Semantics: An Introduction to the Science of Meaning*. – Oxford: Blackwell, 1962. – 278 p.
5. Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // *Вопросы языкознания*. – 1995. – № 1. – С. 37–67.
6. Goffman E. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. – Penguin Books, 1990. – 147 p.
7. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. – Oxford: Oxford University Press, 1962. – 166 p.
8. Searle J. R. *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1969. – 203 p.
9. Butler J. *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. – New York: Routledge, 1997. – 200 p.
10. Valtonen P. Reclamation and Authorization: Cepollaro and Lopez de Sa on in-group Restriction // *Philosophia*. – 2024. – Vol. 52. – P. 463–473.
11. Linton S. *Claiming Disability: Knowledge and Identity*. – New York: NYU Press, 1998. – 203 p.
12. Трубочёв О. Н. *Этимологический словарь славянских языков: праслав. лекс. фонд. Вып. 1 (*а - *besědlivъ)*. – М.: Наука, 1974. – 199 с.
13. Predelli S. Unmentionables: Some Remarks on Taboo // *Organon F*. – 2021. – Vol. 28, № 3. – P. 726–744.
14. Cepollaro B. The Moral Status of the Reclamation of Slurs // *Organon F*. – 2021. – Vol. 28, № 3. – P. 672–688.

© Ломакин М.О., 2026

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Осипова Камилла Николаевна

студент

Научный руководитель: **Киселева Анна Владимировна**

к.ф.н., доцент

ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Аннотация: В английском языке наблюдаются тенденции использования тех или иных частей речи лицами женского или мужского пола. Для выявления тенденций проведен анализ письменной речи в социальных сетях и медиа платформах. Основные результаты представлены в данной статье.

Ключевые слова: гендер, письменная речь, английский язык, женщины, мужчины.

GENDER-SPECIFIC WRITING IN ENGLISH

Osipova Kamilla Nikolaevna

Scientific adviser: **Kiseleva Anna Vladimirovna**

Abstract: In English, there are trends in the use of certain parts of speech by female or male persons. To identify trends, an analysis of written speech in social networks and media platforms was carried out. The main results are presented in this article.

Key words: gender, written language, English, women, men.

Активно развивающаяся область современного языкознания – гендерная лингвистика – неизменно привлекает пристальное внимание ученых и исследователей. Сформировавшись в самостоятельную научную дисциплину, она охватывает широкий круг вопросов, связанных с проявлением категории пола на разных уровнях языка: от лексики и синтаксиса до номинативных процессов и иных языковых пластов. Одним из центральных направлений подобных исследований является анализ устойчивых представлений о мужском и женском началах, отраженных в языке, а также определение тех

семантических областей, в которых стереотипные образы мужчины и женщины проявляются с наибольшей степенью очевидности.

Гендерная лингвистика сегодня занимает прочные позиции в системе современных языковедческих направлений, хотя путь к ее становлению как самостоятельной научной дисциплины был долгим – от разрозненных теоретических концепций до целостной области исследования. Принципиально важно разграничивать два взаимосвязанных, но различных понятия: «пол» отсылает к биологическим характеристикам человеческого существа, в то время как «гендер» охватывает более широкий спектр – социальное, психологическое и культурное измерения личности.

Представления о том, что считается мужским, а что женским, во многом формируются благодаря устойчивым гендерным стереотипам, которые функционируют в коммуникативном пространстве как своеобразная унифицированная система и обеспечивают общую основу для социального взаимопонимания.

Когда люди вступают в контакт, им не нужно разъяснять друг другу элементарные вещи, связанные с гендерными ролями, – это становится возможным именно потому, что подобные устоявшиеся образы одинаково восприняты всеми членами социума. Взаимное понимание между собеседниками возникает практически мгновенно, с самого начала разговора, поскольку общий фундамент стереотипных установок сближает людей. В результате высвобождается пространство для проявления личностного начала: каждый участник общения получает возможность раскрыть свои неповторимые качества и характерные особенности, не отвлекаясь на разъяснение очевидного. Таким образом, унифицированность коллективных представлений напрямую способствует росту продуктивности человеческого взаимодействия.

Настоящее исследование посвящено эмпирическому выявлению маркеров мужской и женской письменной речи в англоязычной интернет-коммуникации, представленной блогами и чатами. Материал исследования включает тексты, отобранные из открытых англоязычных интернет-источников; при этом в статье следует указать точный объем корпуса, количество текстов, общий объем словоупотреблений, а также принципы отбора и жанровый состав материала. Гендерная принадлежность авторов в условиях анонимности интернет-коммуникации устанавливалась не по биологическим данным, а по совокупности косвенных признаков, доступных в тексте и профиле

пользователя, а также по самопрезентации коммуниканта, если она была явно выражена. Именно поэтому выводы настоящей работы следует трактовать как выявление языковых стратегий самопрезентации, а не как прямое установление биологического пола автора [1, с. 1545].

Употребление рифмованных прилагательных нельзя считать устойчивым показателем гендерной принадлежности: в блогах они не являются частотным маркером, а в чат-общении их использование носит единичный характер. Когда речь идет об онлайн-коммуникации, ключевым инструментом выражения гендерной идентичности служит то, как именно человек строит свои высказывания, то есть его речевые практики и дискурс в целом. При этом блогосферу и чат-коммуникацию целесообразно рассматривать не как принципиально разные типы письменной интернет-речи, а как разновидности одной коммуникативной среды, различающиеся, прежде всего степенью спонтанности, адресности, развернутости и диалогичности.

Проведенное исследование позволило получить ряд значимых выводов.

В блогосфере в качестве гендерных маркеров женской речи зафиксированы:

- оценочные прилагательные;
- формы герундия;
- эллиптические конструкции.

В чат-коммуникации гендерными маркерами женской речи выступают:

- эллиптические конструкции;
- герундий.

При этом роль оценочных прилагательных как маркера в чат-коммуникации не подтверждается. Под эллиптическими конструкциями в настоящей работе понимаются высказывания с пропуском одного или нескольких структурно необходимых элементов, восстанавливаемых из контекста; подобные конструкции характерны для спонтанной письменной речи. Под стяжениями понимаются сокращенные формы слов и устойчивые графические компрессии, типичные для быстрого цифрового общения. Под текстовой когезией понимается формальная связность высказывания, обеспечиваемая лексическими, грамматическими и логико-синтаксическими средствами.

Модальные слова (clearly, obviously, apparently, certainly, surely, well, only, simply) являются гендерным маркером в блогосфере, но не в чат-коммуникации.

Претеритные формы модальных глаголов (might, could, would) употребляются одинаково часто у мужчин и женщин как в чатах, так и в блогах, поэтому не рассматриваются как маркер гендерной идентичности.

В рамках блогосферы к маркерам мужской речи в нашей выборке относятся [2, с. 3318]:

- глаголы в активном залоге;
- апелляции к чужому мнению;
- прилагательные, обозначающие количественные и параметрические отношения;
- инвективы;
- жаргонизмы;
- повелительные предложения;
- риторические вопросительные конструкции.

Для чат-коммуникации характерны следующие гендерные маркеры мужской речи:

- апелляция к чужому мнению;
- инвективы;
- жаргонизмы;
- риторические вопросительные конструкции.

Высокая степень текстовой организации и активное употребление стяжений представляют собой дополнительные характеристики, идентифицированные в процессе анализа как типичные черты мужского речевого поведения.

Логическая последовательность изложения, обращение к данным психологических исследований и развернутая аргументация обеспечивают смысловую целостность текста наряду с применением союзных слов (but, where, what), местоимений, слова широкой семантики one, а также указательного местоимения this в позиции субъекта предложения. На грамматическом уровне когезия текстового фрагмента формируется за счет последовательного актуального членения: рематический компонент каждого предыдущего предложения закономерно становится тематическим компонентом последующего, что исключает какие-либо нарушения в развертывании синтаксической структуры.

Мужская речь в онлайн-пространстве обладает рядом характерных признаков. Так, изучение языковых данных показывает, что к специфическим маркерам, указывающим на гендерную принадлежность автора-мужчины,

относятся: стяженные формы, встречающиеся в чат-коммуникации, а также особенности текстовой связности, прослеживаемые в блогах и чатах.

Текстовая связность является важным показателем гендерной идентичности как в устном, так и в письменном дискурсе. Вместе с тем утверждение о том, что именно мужчины генерируют значительно больший объем текстового контента в цифровом пространстве, следует считать дискуссионным и требующим дополнительной эмпирической проверки. При этом мужской стиль письма в ряде случаев действительно отличается структурированностью, доказательностью и последовательным изложением мыслей, однако эти признаки не исключают возможности использования инвективов, жаргонизмов и других экспрессивных средств.

К числу гендерных маркеров мужской речи относятся:

- апелляции к авторитетному мнению (характерны для чатов и блогов);
- частое употребление инвективов и жаргонизмов (в чатах и блогах);
- использование риторических вопросительных конструкций как элементов коммуникативной диверсии (в чатах и блогах).

В блогосфере дополнительными маркерами мужской речи выступают [1, с. 1546]:

- глаголы в активном залоге;
- прилагательные, обозначающие количественные и параметрические отношения;
- повелительные предложения.

При этом в чат-коммуникации указанные элементы не функционируют как гендерные маркеры.

Что касается характерных особенностей мужской речи в чатах, то здесь обнаруживается весьма показательная закономерность: сокращения и стяжения оказываются отличительной чертой, способной служить гендерным маркером. При этом предположение о том, что мужчины склонны чаще прибегать к сложноподчиненным конструкциям, не нашло своего подтверждения – данная тенденция не прослеживается ни в блогах, ни в чат-общении.

Механизмами самопрезентации для мужчин в блогах являются:

- установление дистанции с собеседником: маркеры – прилагательные, определяющие количественные и параметрические отношения; риторические вопросительные конструкции;
- выражение агрессии, провокации скандала: маркеры – инвективы, жаргонизмы, провокационная апелляция к чужому мнению;

– прямое повеление: маркеры – повелительные предложения, глаголы в активном залоге;

– облегчение восприятия собственной речи для окружающих: маркеры – текстовая когезия.

Сокращение маркеров самопрезентации мужчин в чатах обусловлено, по-видимому, особенностями чатов как особых форм коммуникации: скорость набора сообщения, анонимность, возможность безнаказанно высказываться в адрес окружающих, желание выразить собственное мнение и привлечь внимание к себе стирают большинство гендерных различий речи коммуникантов [3, с. 190].

С точки зрения структуры речи мужские высказывания заметно превышают женские как по объему, так и по общему количеству реплик. Показательно и отношение к вопросам: для мужчин они служат преимущественно способом получить конкретную информацию, тогда как женщины используют их прежде всего для поддержания и развития разговора.

Различия в коммуникативном поведении мужчин и женщин проявляются в самых разных аспектах диалога. Так, мужская речевая манера отличается стремлением к доминированию: мужчины охотно вступают в споры, оспаривают точку зрения оппонента, нередко перебивают собеседника – особенно часто это происходит в разговоре с женщинами. Их высказывания, как правило, более продолжительны и многочисленны, а задаваемые вопросы направлены, прежде всего, на получение конкретной информации. Чужие реплики при этом могут намеренно игнорироваться или подвергаться интерпретации. Женщины, напротив, выстраивают общение иначе: для них на первом плане стоит создание эмоционального контакта с собеседником, демонстрация сочувствия и готовности к пониманию. Вопросы в женской речи выполняют иную функцию – они служат инструментом поддержания разговора, а не способом извлечения информации. Таким образом, мужской и женский стили диалога принципиально расходятся как по целям, так и по используемым речевым стратегиям.

Список литературы

1. Боженко, Ю. С. Языковые признаки гендерной нейтральности в английском и русском языках (на примере интернет-публикаций) / Ю. С. Боженко, Л. С. Эм, Е. А. Калиновская // Филологические науки. Вопросы

теории и практики. – 2022. – Том 15. – Вып. 5. – С. 1543-1547. – DOI: 10.30853/phil20220260. – EDN: JGAEYD.

2. Воробьева, Е. Н. Актуальные вопросы полимодальных исследований: систематический обзор / Е. Н. Воробьева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Том 18. – Вып. 8. – С. 3312-3323. – DOI: 10.30853/phil20250459. – EDN: KNBGSM.

3. Терновая, Л. О. Борьба за гендерно-лингвистическое равноправие / Л. О. Терновая // Миссия конфессий. – 2024. – Том 13. – Ч. 1. – С. 184-191. – EDN: NEZQKD.

© Осипова К.Н., 2026

**СЕКЦИЯ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

ЭМОЦИИ В ПРОФЕССИИ ПЕДАГОГА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Гродинская Алёна Денисовна

студент 3 курса

направление подготовки 44.03.04

Профессиональное обучение (по отраслям)

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет

имени Владимира Даля»

г. Луганск, ЛНР

Аннотация: В статье исследуются эмоциональные аспекты работы преподавателей высшей школы, уделяется особое внимание роли эмоционального труда и эмоционального интеллекта. Рассматриваются последние научные данные о проблеме эмоционального выгорания, важности терапевтической культуры и влиянии эмоциональной компетентности на эффективность образовательного процесса. Подчеркивается, что для преподавателей вузов критически важны такие качества, как невозмутимость, выдержка, способность к сопереживанию, умение распознавать и реагировать на эмоции студентов (от радости до раздражения). Данные навыки служат мощным инструментом для снижения рабочего напряжения, укрепления взаимопонимания со студентами и профилактики профессионального истощения.

Ключевые слова: педагог высшей школы, эмоции, эмоциональный труд, эмоциональный интеллект, профессиональное выгорание, эмоциональная компетентность, терапевтическая культура.

EMOTIONS IN THE PROFESSION OF A HIGHER EDUCATION TEACHER

Grodinskaya Alyona Denisovna

Abstract: The article explores the emotional aspects of work performed by higher-education teachers, paying special attention to the role of emotional labor and emotional intelligence. The authors examine the latest scientific data on the problem of emotional burnout, the importance of therapeutic culture, and the impact of emotional competence on the effectiveness of the educational process. It is

emphasized that for university lecturers, such qualities as composure, self-control, empathy, and the ability to recognize and respond to students' emotions (from joy to irritation) are critically important. These skills serve as a powerful tool for reducing work-related stress, strengthening mutual understanding with students, and preventing professional exhaustion.

Key words: higher-education teacher, emotions, emotional labor, emotional intelligence, professional burnout, emotional competence, therapeutic culture.

Профессия педагога высшей школы в современных условиях всё более интенсивно включает в себя не только интеллектуальные, но и эмоциональные компоненты деятельности. На фоне роста психологической нагрузки и эмоционального выгорания в вузах актуальность исследования эмоций преподавателя вуза обусловлена необходимостью сохранения профессиональной идентичности, мотивации и психологического благополучия педагогических работников [6].

Особо важным становится умение управлять своими эмоциями: в ситуациях нарушения дисциплины, недопонимания, а также при личных проблемах студентов преподавателю особенно необходимы спокойствие, терпение и способность поставить себя на место студента, что помогает не только разрешать конфликты, но и укреплять доверие [1].

Цель статьи – теоретически осмыслить и проанализировать сложную роль эмоций в профессиональной деятельности преподавателей высшей школы.

Современные исследования подчёркивают, что деятельность преподавателя вуза входит в категорию профессий с высоким уровнем эмоционального труда. Под эмоциональным трудом понимается целенаправленное управление своими эмоциями для достижения рабочих целей, а также стандартизация эмоциональных выражений в соответствии с внутренними и внешними требованиями организации [5].

Анализ существующих исследований в области изучения эмоций педагогов высшей школы выявил ряд авторов, чьи работы внесли значительный вклад в данную область. Среди них Бойко В.В. Исследовал проблемы эмоционального выгорания и энергии эмоций в профессиональной деятельности педагогов.

Согласно его идее эмоциональное выгорание – защитный механизм, направленный на предотвращение эмоциональных переживаний, заключающихся в подавлении эмоциональных реакций и сохранению внутренних

ресурсов. Его методология эффективно используется в университетах для оценки состояния системы образования и применяется не только для выявления выгорания, но и для определения всех основных его симптомов на различных этапах обучения [2].

Водопьянова Н. Е. разработала диагностические подходы к синдрому профессионального выгорания, включая педагогические профессии [3].

Практическое пособие «Синдром выгорания. Диагностика и профилактика» авторов Н. Е. Водопьяновой и Е. С. Старченковой посвящено изучению психического выгорания на работе. Авторы рассматривают причины, симптомы, последствия стресса и выгорания, а также методы их диагностики и преодоления [6].

Мурафа К. В., Баркова О. А., Карпенко О. С. исследуют эмоциональное выгорание преподавателей высшей школы в контексте современных условий высшего образования [5].

Вклад данных авторов, являющихся классиками в изучении проблемы, не оценим, однако сохраняется ряд дополнительных вопросов, одним из которых является проблема эмоциональной сферы в профессиональной деятельности преподавателя высшей школы.

В исследовании использован комплекс подходов, позволяющих осмыслить эмоции в профессии педагога высшей школы как теоретический феномен и измерить их проявления в профессиональной деятельности.

Личностно-ориентированный подход (И. С. Якиманская и последователи): суть подхода состоит в том, что образовательный процесс понимается как равноправное взаимодействие двух личностей. Его эффективность определяется степенью уважения к личности студента, его эмоциональной сфере и системе ценностей [8].

В статье этот подход используется для анализа того, как эмоциональная восприимчивость и уважительное отношение к переживаниям студента способствуют формированию доверия, снижению конфликтности и повышению мотивации.

Эмоциональная устойчивость, рассматриваемая как волевое качество личности (в работах К. К. Платонова, Е. А. Петницкого и других), характеризуется способностью индивида контролировать свои чувства, сохранять самоконтроль и демонстрировать профессионализм даже в кризисных ситуациях. Здесь эмоциональная устойчивость трактуется не как отсутствие чувств, а как намеренное управление собственными эмоциональными

откликами. Этот ракурс применяется в рамках статьи для анализа способов, которыми преподаватели высших учебных заведений поддерживают свою профессиональную идентичность и психологическое равновесие, несмотря на интенсивную эмоциональную нагрузку.

Деятельностный подход (разработанный А. Н. Леонтьевым, А. В. Запорожцем и другими) постулирует, что человеческое поведение и внутренний мир формируются в процессе его взаимодействия с материальными объектами и другими людьми. В рамках этого подхода эмоции трактуются как естественное выражение активности, отражающее личную значимость ситуации для человека. Такая перспектива позволяет считать эмоции центральным элементом, пронизывающим все аспекты педагогической деятельности. Осознание преподавателями того, что эмоциональный труд является неотъемлемой частью их профессии, имеет первостепенное значение. Это подчеркивает необходимость рассматривать эмоции как ключевой фактор в образовательном процессе.

В ходе исследования нами были проанализированы методологические основы, которые важны для изучения трактовки эмоций в контексте профессиональной деятельности педагога. Результаты исследования указывают на то, что эмоциональное состояние преподавателей служит связующим звеном между их личностью, профессиональной деятельностью и образовательными процессами.

Согласно трудам К. К. Платонова и Е. А. Петницкого эмоциональная устойчивость определяется как волевое качество характера. В этом контексте важно понимать, что устойчивость означает не безразличие, а сознательный контроль над собственными переживаниями. Данные опросов подтверждают, что педагоги с высоким уровнем эмоциональной устойчивости успешно справляются с воздействием стрессовых факторов. Они способны держать себя в руках и сохранять профессиональную позицию даже в самых непростых обстоятельствах. Кроме того, этот навык является защитой от эмоционального выгорания.

Согласно деятельностному подходу, разработанному А. Н. Леонтьевым и А. В. Запорожцем, мы видим, что эмоциональная составляющая выступает ключевым элементом общения между преподавателем и обучающимся, а так же эмоциональные усилия педагога ведут к его личностному росту и развитию способности адаптироваться в сложных условиях.

В рамках изучения эмоций в профессии педагога высшей школы было проведено практическое задание, в ходе которого участникам предложили графически изобразить радость, грусть, злость и обиду. Полученные результаты показали, что большинство используют сходные визуальные образы: радость чаще всего передавалась через улыбку, злость – через сведённые брови, грусть – через изображение слезы. Это позволяет сделать вывод о достаточно стереотипном восприятии базовых эмоций, а также о незначительных отличиях их графического выражения.

Исследования показывают, что эмоциональные проявления в работе преподавателя становятся ключевым профессиональным компонентом, который требует осознанного подхода, контроля и развития. Эмоциональный труд, необходимость в терапевтической компетентности и повышенные требования к эмоциональной поддержке обучающихся порождают дополнительное напряжение, которое при отсутствии саморегуляции может спровоцировать выгорание в профессии.

В качестве дальнейших исследований выделяют:

- расширение проверки эффективности программ формирования эмоционального интеллекта и эмоциональной компетентности преподавателей в вузах;
- создание механизмов психологической поддержки педагогов (наставничество, супервизионные группы, модули саморегуляции эмоций в рамках повышения квалификации);
- анализ различий в интенсивности и структуре эмоционального труда между различными дисциплинами и учебными заведениями с целью построения адаптивных моделей педагогической деятельности.

Таким образом, эмоциональная составляющая профессиональной деятельности преподавателя в высшей школе требует комплексного теоретического осмысления и интеграции в стратегию профессионального роста, а также обеспечения устойчивого функционирования образовательной среды вуза.

Список литературы

1. Аминов Н. А., Шпитальный Д. В. Синдром «эмоционального сторания» как вид профессиональной дезадаптации / Н. А. Аминов, Д. В. Шпитальный // Профессиональный потенциал. – 2002. – № 1. – С. 45–48.

2. Бойко В. В. Энергия эмоций: эмоции в общении. Эмоции в проявлениях личности. Созидательная и разрушительная сила эмоций. Методики для изучения эмоций / В. В. Бойко. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб. : Питер, 2004. – 474 с.

3. Водопьянова Н. Е., Старченкова Е. С., Синдром выгорания: диагностика и профилактика / Н. Е. Водопьянова. // Синдром выгорания: диагностика и профилактика – СПб. : Питер, 2005. – 336 с.

4. Леонтьев А. А., Леонтьев Д. А., Соколова Е. Е. / Алексей Николаевич Леонтьев: деятельность, сознание, личность / А. А. Леонтьев, Д. А. Леонтьев, Е. Е. Соколова. – М. : Смысл, 2005.

5. Мурафа К. В., Баркова О. А., Карпенко О. С. Проблемы эмоционального выгорания преподавателей высшей школы / К. В. Мурафа, О. А. Баркова, О. С. Карпенко // Проблемы эмоционального выгорания преподавателей высшей школы – 2024. – № 2.

6. Мурафа С. В., Баркова Н. Н., Карпенко А. В. Векторы развития воспитательного процесса в высшей школе посредством информационно-коммуникативных технологий [Электронный ресурс] / С. В. Мурафа, Н. Н. Баркова, А. В. Карпенко // Векторы развития воспитательного процесса в высшей школе посредством информационно-коммуникативных технологий / Вестник Московского университета. Серия 20: Педагогическое образование. – 2022. – № 2. – С. 114–124.

7. Психологический практикум по изучению внимания : методические рекомендации к практическим занятиям [Электронный ресурс] / Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет. – Режим доступа: <https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/psychology/851247.pdf> (дата обращения 06.05.2026).

8. Практика личностно-ориентированного образования : учебно-методическое пособие / Казанский (Приволжский) федеральный университет; под ред. И. С. Якиманской. – 2013. – 152 с.

© Гродинская А.Д., 2026

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ОСНОВА БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В ИНТЕРНЕТЕ

Смирнова Анастасия Геннадьевна

студент

Научный руководитель: **Воищева Элина Леонидовна**

к.п.н., доцент

ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет

имени И.А. Бунина»

Аннотация: В статье рассматривается проблема формирования цифровой грамотности младших школьников как важнейшего условия обеспечения безопасного поведения в сети Интернет. Представлены основные составляющие цифровой грамотности, раскрыта роль образовательной организации и семьи в формировании навыков безопасного использования цифровых технологий. Приведены результаты исследования уровня цифровой грамотности обучающихся начальной школы.

Ключевые слова: цифровая грамотность, интернет-безопасность, младшие школьники, цифровая среда, информационная безопасность, цифровые компетенции.

DIGITAL LITERACY AS A BASIS FOR SAFE INTERNET USE IN PRIMARY SCHOOL STUDENTS

Smirnova Anastasia Gennadievna

Scientific adviser: **Voishcheva Elina Leonidovna**

Abstract: This article examines the development of digital literacy in primary school students as a key prerequisite for ensuring safe online behavior. The article presents the key components of digital literacy and explores the role of educational institutions and families in developing skills for the safe use of digital technologies. The results of a study examining the digital literacy level of primary school students are presented.

Key words: digital literacy, internet security, primary school students, digital environment, information security, digital competencies.

Современное общество характеризуется активным развитием цифровых технологий, которые стали неотъемлемой частью жизни детей. Уже в младшем школьном возрасте обучающиеся используют интернет для поиска информации, общения, выполнения учебных заданий и организации досуга. Вместе с расширением возможностей цифровой среды возрастают и риски, связанные с ее использованием. В связи с этим особую актуальность приобретает формирование цифровой грамотности младших школьников как основы их безопасного поведения в сети Интернет.

В научной литературе цифровая грамотность рассматривается как совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающих эффективное, безопасное и ответственное использование цифровых технологий. По мнению исследователей, цифровая грамотность включает информационную, коммуникативную и техническую компетентность, а также способность критически оценивать информацию и соблюдать нормы цифровой безопасности [1, с. 385].

Младшие школьники относятся к категории наиболее уязвимых пользователей цифровой среды. Недостаточный жизненный опыт и несформированность критического мышления затрудняют распознавание интернет-угроз. Среди наиболее распространенных рисков выделяются получение недостоверной информации, интернет-мошенничество, кибербуллинг, распространение персональных данных и вовлечение детей в нежелательные онлайн-коммуникации [2, с. 133].

Важным компонентом цифровой грамотности является умение безопасно работать с информацией. Ребенок должен понимать, каким источникам можно доверять, как проверять достоверность сведений и почему необходимо критически относиться к информации, размещенной в сети. Как отмечают исследователи, развитие цифровой грамотности способствует формированию ответственного поведения обучающихся в цифровом пространстве и снижению вероятности столкновения с интернет-угрозами.

Особое значение имеет формирование у младших школьников навыков защиты персональных данных. Дети должны знать, что нельзя сообщать незнакомым людям адрес проживания, номер телефона, пароли и другую конфиденциальную информацию. Кроме того, необходимо обучать школьников правилам создания надежных паролей и безопасного использования социальных сетей и онлайн-платформ [3, с. 40].

Существенную роль в формировании цифровой грамотности играет школа. В процессе обучения учитель может использовать тематические беседы, игровые технологии, практические задания и проектную деятельность, направленные на развитие навыков безопасного поведения в сети. Важным условием эффективности данной работы является ее систематический характер и связь с реальными жизненными ситуациями, с которыми дети могут столкнуться в цифровой среде [4, с. 18].

Не менее значимой является роль семьи. Родители должны контролировать цифровую активность ребенка, обсуждать возможные интернет-риски и формировать ответственное отношение к использованию цифровых устройств. Только при взаимодействии семьи и школы возможно создание условий для успешного формирования цифровой культуры младших школьников.

С целью изучения уровня цифровой грамотности младших школьников было проведено исследование среди обучающихся 3–4 классов. В исследовании приняли участие 30 школьников. Основным методом исследования стало анкетирование, направленное на выявление знаний детей о правилах безопасного поведения в интернете.

Результаты исследования показали, что 93% обучающихся ежедневно пользуются интернетом. Наиболее популярными видами деятельности являются просмотр видеоматериалов (87%), поиск информации для учебы (73%) и онлайн-игры (68%). При этом только 67% опрошенных знают о необходимости сохранения конфиденциальности персональных данных, а 58% понимают важность использования сложных паролей. Около 30% школьников сообщили, что сталкивались с подозрительными сообщениями или ссылками в сети.

Анализ полученных данных свидетельствует о том, что младшие школьники активно используют цифровые технологии, однако уровень их осведомленности о правилах безопасного поведения в интернете остается недостаточным. Наибольшие трудности вызывают вопросы, связанные с защитой персональных данных и распознаванием потенциальных интернет-угроз.

Полученные результаты подтверждают необходимость целенаправленной работы по формированию цифровой грамотности уже на уровне начального общего образования. Особое внимание следует уделять развитию критического мышления, обучению правилам безопасного поведения в сети и формированию ответственного отношения к цифровым технологиям.

Таким образом, цифровая грамотность выступает важнейшим условием безопасного поведения младших школьников в интернете. Ее формирование способствует не только снижению рисков цифровой среды, но и развитию информационной культуры личности, необходимой для успешной социализации в современном обществе.

Список литературы

1. Ефанов А.А., Буданова М.А., Юдина Е.Н. Уровень цифровой грамотности школьника и педагога: компаративистский анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2020. – Т. 20. – № 2. – С. 382–393.
2. Глухов А.П. Социально-сетевая коммуникативная компетентность как элемент цифровой грамотности поколения Z // Научно-педагогическое обозрение. – 2020. – № 1. – С. 129–137.
3. Бороненко Т.А., Федотова В.С. Моделирование этапов формирования цифровой грамотности школьников при изучении школьного курса информатики // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2021. – Т. 10. – № 3(36). – С. 38–42.
4. Романова М.В., Чернова Е.В. Методика обучения школьников основам безопасности в сети Интернет // Открытое образование. – 2022. – Т. 26. – № 2. – С. 14–24.

© Смирнова А.Г., 2026

**СЕКЦИЯ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

РЕСПУБЛИКА КАК БРЕНД: ОПЫТ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ЭТНИЧНОСТИ В РОССИЙСКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ РЕГИОНАХ

Шалютов Савелий Фёдорович

студент

Научный руководитель: **Стафеев Олег Николаевич**

к.и.н., доцент

БУ «Сургутский государственный педагогический университет»

Аннотация: В статье рассматривается республика как форма регионального бренда в Российской Федерации. Показано, что этничность в национальных регионах становится не только культурной характеристикой населения, но и институционально закреплённым ресурсом позиционирования территории. Анализируются основные механизмы такого процесса: правовое оформление, культурные учреждения, праздники, туризм, визуальная символика, образование и медиа. Делается вывод, что этнокультурный бренд помогает сохранять культурное разнообразие и повышать узнаваемость региона, но требует баланса между этнической спецификой, гражданской идентичностью и общероссийской интеграцией.

Ключевые слова: республика, региональный бренд, этничность, институционализация, национальные регионы, этнокультурный брендинг, идентичность, символическая политика, Российская Федерация.

THE REPUBLIC AS A BRAND: THE EXPERIENCE OF INSTITUTIONALIZING ETHNICITY IN RUSSIAN NATIONAL REGIONS

Shalyutov Saveliy Fedorovich

Scientific adviser: **Stafeev Oleg Nikolaevich**

Abstract: The article examines a republic as a special form of regional brand in the Russian Federation. It shows how ethnicity in national regions becomes not only a cultural characteristic of the population, but also an institutionally fixed resource for territorial positioning. The paper analyzes legal regulation, cultural institutions, festivals, tourism, visual symbols, education and media as key mechanisms of this process. The conclusion is made that an ethnocultural brand can

preserve cultural diversity and strengthen regional recognition, but it must keep a balance between ethnic specificity, civic identity and all-Russian integration.

Key words: republic, regional brand, ethnicity, institutionalization, national regions, ethnocultural branding, identity, symbolic politics, Russian Federation.

Введение

В современной России регион все чаще рассматривается не только как административная единица, но и как субъект культурного и экономического продвижения. В условиях конкуренции территорий за туристов, инвестиции и внимание федеральных институтов возрастает значение регионального брендинга. Для национальных республик эта проблема особенно важна, потому что их образ связан не только с природными и экономическими ресурсами, но и с этнокультурной идентичностью, языками, традициями, религией, кухней и исторической памятью.

Понятие «республика как бренд» означает, что национальный регион представляет себя через устойчивые символы и культурные ассоциации. Татарстан часто связывается с Казанским кремлем, Сабантуем и татарской культурой; Башкортостан — с кураем, медом и природными территориями; Якутия — с северной идентичностью, алмазами, культурой саха и арктическим пространством. В этих случаях этничность становится не только характеристикой населения, но и инструментом публичного позиционирования.

Актуальность темы определяется тем, что республики обладают особым символическим статусом в федеративной системе России, а интерес к внутреннему туризму и локальной культуре усиливает значение этнокультурных ресурсов для развития территорий [4]. Кроме того, государственная национальная политика РФ ориентирована на сочетание гражданского единства с сохранением этнокультурного многообразия, что напрямую связано с институционализацией этничности [7].

Цель статьи — рассмотреть, каким образом этничность институционализируется в российских национальных республиках и превращается в элемент регионального бренда.

Для достижения цели необходимо определить теоретические основания понятия «республика как бренд», раскрыть механизмы институционализации этничности, показать формы этнокультурного брендинга и выявить преимущества и риски использования этничности как ресурса регионального позиционирования.

1. Теоретические основания: региональный бренд и этничность

Региональный бренд можно определить как устойчивый образ территории, который складывается в общественном сознании и используется для ее продвижения. Он включает визуальные символы, исторические сюжеты, культурные ассоциации, природные особенности и репутацию региона. В отличие от коммерческого бренда, он связан с образом жизни, коллективной памятью и политикой органов власти.

Для национальных республик региональный бренд часто строится вокруг этнокультурного ядра. Этничность выступает здесь публичным ресурсом, который проявляется в названиях учреждений, праздниках, туристических маршрутах, музейных экспозициях, образовательных проектах, фестивалях, сувенирной продукции и медийных образах территории.

Институционализация этничности означает закрепление этнических символов, практик и представлений в деятельности государственных, муниципальных, культурных, образовательных и общественных институтов. Если этничность существует только на уровне повседневных традиций, семейной памяти или локальных обычаев, она остается преимущественно неформальной. Однако когда она включается в официальную политику региона, то становится частью образовательных программ, туристических стратегий, праздников, названий учреждений и публичных мероприятий, она приобретает институциональный характер [3].

В российских национальных республиках этничность институционализируется через несколько каналов. Политико-правовой канал связан с конституциями республик, государственными языками и законами о культуре. Культурный канал включает музеи, театры, ансамбли, фестивали и центры народного творчества. Образовательный канал проявляется в преподавании родных языков, региональной истории и литературы. Экономико-туристический канал связан с продвижением кухни, ремесел, праздников и региональных товаров, а медийный канал формирует узнаваемые образы республики в информационном пространстве.

Таким образом, республика как бренд — это не только рекламная конструкция, а результат взаимодействия власти, бизнеса, культурных организаций, местного населения и внешней аудитории. Успешный бренд возникает тогда, когда этнокультурная уникальность не навязывается искусственно, а опирается на реальные исторические и социальные основания.

2. Национальная республика как особый тип территории

Российские республики занимают особое место в федеративной системе, поскольку связаны с идеей национально-культурного самоопределения народов. При этом большинство республик являются многонациональными, а титульный народ не всегда составляет большинство. Тем не менее, сама категория «республика» задает особую рамку символического представления территории.

Республика обладает собственной конституцией, государственными символами, иногда несколькими государственными языками, а также развитой системой культурных институтов, связанных с титульным народом. Поэтому в национальных регионах бренд территории часто строится вокруг формулы: «Мы — часть России, но имеем собственное культурное лицо». Эта формула позволяет одновременно подчеркивать региональную уникальность и включенность в общероссийское пространство.

На практике республики активно используют этнокультурные маркеры: национальные костюмы, музыку, фольклор, религиозную архитектуру, кухню, праздники, языковые элементы, природные образы и исторических героев. Сабантуй в Татарстане и Башкортостане, Ысыах в Якутии, буддийская символика в Калмыкии и Бурятии выступают не только культурными практиками, но и публичными знаками региона.

Эти примеры показывают, что этничность в республиках становится видимой через повторяющиеся публичные формы. Она переводится в язык официальных мероприятий, туристических программ, сувениров, визуальной айдентики и региональной политики.

Однако региональный бренд не должен превращаться в набор стереотипов. Опасность этнокультурного брендинга состоит в том, что сложная культура может быть сведена к нескольким внешним символам: костюму, блюду, танцу или сувениру. Поэтому бренд следует рассматривать как систему смыслов, институтов и практик.

3. Механизмы институционализации этничности

Институционализация этничности в национальных регионах происходит через несколько взаимосвязанных механизмов.

Первый механизм — нормативно-правовое закрепление. Республика может закреплять статус государственных языков, особенности культурной политики и меры поддержки традиционной культуры. Через законодательство этничность получает официальный статус, а федеральная стратегия

национальной политики подчеркивает необходимость сочетания гражданской идентичности с этнокультурным многообразием [7].

Второй механизм — поддержка культурных институтов. Театры, музеи, национальные библиотеки, центры народного творчества, институты языка и истории не только сохраняют наследие, но и переводят традицию в современные формы: выставки, концерты, фестивали, образовательные и медийные проекты.

Третий механизм — событийная политика. Праздники, фестивали, дни культуры и гастрономические события делают этничность видимой и эмоционально насыщенной. Через такие мероприятия регион демонстрирует свою уникальность и одновременно включает внешнюю аудиторию в культурный опыт.

Четвертый механизм — визуальная символизация. Гербы, флаги, логотипы, туристические слоганы, сувениры и цифровая айдентика создают образ региона. В них используются орнаменты, цвета, природные символы, элементы костюма, архитектурные и ремесленные мотивы [6].

Пятый механизм — экономизация этничности. Этнокультурные символы становятся частью туризма, гастрономии, сувенирной индустрии, народных промыслов и региональных товаров. При грамотной политике рынок поддерживает мастеров и малый бизнес, однако при поверхностном подходе культура превращается в товарный знак без связи с носителями традиции [2].

Шестой механизм — образовательная и языковая политика. Изучение родных языков, региональной истории и культуры формирует у жителей чувство принадлежности к территории. Поэтому успешный бренд должен опираться не только на внешнее продвижение, но и на внутреннее признание со стороны населения.

4. Основные модели республики как бренда

Опыт российских национальных республик позволяет выделить несколько моделей этнокультурного брендинга [5].

Первая модель — историко-культурная. Она строится вокруг наследия, архитектурных памятников, музеев и образа «древней культуры». Такой подход характерен для Татарстана, где Казань представляется как пространство встречи Востока и Запада, ислама и православия, татарской и русской культур.

Вторая модель — природно-этнокультурная. Она соединяет культуру с уникальным ландшафтом. Примером служит Якутия, где бренд региона

строится вокруг Арктики, холода, алмазов, северной природы, культуры саха, праздника Ысыах, эпоса олонхо и традиционных ремесел.

Третья модель — религиозно-культурная. В ней религиозная традиция становится частью региональной идентичности. Калмыкия использует буддийское наследие и степной образ, а Бурятия соединяет буддийский компонент с байкальским природным брендом и бурятской культурой.

Четвертая модель — гастрономическая и ремесленная. Республики продвигают себя через национальную кухню, продукты, промыслы, текстиль и украшения. Чак-чак, башкирский мед, бурятские буузы, калмыцкий чай и другие продукты становятся доступными знаками территории [5].

Пятая модель — событийно-фестивальная. Национальные праздники, дни культуры, этнофестивали и гастрономические события позволяют региону регулярно воспроизводить свой бренд, вовлекать туристов и подтверждать связь местного населения с культурной традицией.

Шестая модель — модернизационная. В ней этничность соединяется с образом современного развития. Республика показывает, что традиционная культура не противоречит технологическому, образовательному и экономическому росту, а может быть ресурсом будущего.

5. Преимущества этнокультурного брендинга

Использование этничности в региональном брендинге дает несколько преимуществ.

Во-первых, оно повышает узнаваемость территории. В условиях конкуренции регионов этнокультурная уникальность помогает выделиться, потому что культурный код территории часто является неповторимым.

Во-вторых, этнокультурный бренд способствует развитию туризма. Турист получает не только достопримечательности, но и опыт: кухню, праздник, язык, музей, изделие мастера и знакомство с традицией.

В-третьих, бренд поддерживает локальную гордость и региональную идентичность. Когда культура представлена уважительно и современно, она становится значимой для жителей, особенно для молодежи, и воспринимается как часть актуальной городской, цифровой и творческой среды.

В-четвертых, этнокультурный бренд помогает сохранять культурное наследие. Язык, ремесло, праздник или музыкальная традиция получают дополнительные ресурсы развития не только через музеи, но и через живую практику.

В-пятых, брендинг способствует межкультурному диалогу. Национальная республика показывает свою культуру другим регионам России и одновременно включается в общее многонациональное пространство.

6. Риски и противоречия институционализации этничности

Несмотря на преимущества, институционализация этничности связана с рядом рисков.

Первый риск — фольклоризация, когда культура представляется только через костюм, танец, блюдо или орнамент. В результате сложная история народа упрощается до декоративного набора символов.

Второй риск — коммерциализация. Когда этничность становится товаром, она может отрываться от носителей традиции. Сувениры и фестивали в таком случае ориентируются на внешнего зрителя, но не всегда поддерживают местное сообщество.

Третий риск — исключаяющая идентичность. Если бренд строится только вокруг титульного народа, другие группы населения могут почувствовать себя менее представленными. Поэтому успешный бренд должен показывать уникальность титульной культуры, но не исключать остальные сообщества.

Четвертый риск — политизация этничности. Символы могут использоваться не только для развития региона, но и для борьбы за статус, ресурсы и влияние. Поэтому необходима политика баланса, которая не превращает этнические различия в линии конфликта.

Пятый риск — несоответствие внешнего образа и внутренней реальности. Если рекламный образ не подкреплён инфраструктурой, поддержкой культуры и участием жителей, бренд становится поверхностным.

7. Республика как бренд в системе российской национальной политики

Государственная национальная политика России исходит из необходимости укрепления гражданского единства и сохранения этнокультурного многообразия. В этой логике республика как бренд выполняет интегративную функцию: показывает, что российская идентичность складывается из множества региональных и этнокультурных компонентов [8].

Важно различать два подхода. Первый рассматривает этничность как музейный объект, который следует сохранить в неизменном виде. Второй видит в ней живой ресурс развития, способный адаптироваться к современным условиям. Для брендинга продуктивнее второй подход: республика должна

показывать традицию в городе, образовании, предпринимательстве, искусстве и молодежной культуре.

Важную роль играет участие населения. Бренд, созданный только администрацией или внешними консультантами, часто оказывается формальным. Если же он вырастает из локальных практик, инициатив мастеров, учителей, предпринимателей, художников, блогеров и общественных организаций, то становится более устойчивым.

Необходимо учитывать и цифровое измерение. Сегодня образ республики формируется через социальные сети, видеоплатформы, отзывы туристов, блоги, онлайн-карты и медиапроекты. Бренд становится более открытым и зависимым от пользовательского опыта, поэтому регион должен создавать условия для его содержательного развития [1].

Заключение

Республика как бренд — это социально-политический и культурный феномен, который формируется на пересечении этничности, федеративного устройства, культурной политики, туризма, экономики и символической власти. Этничность становится ресурсом регионального позиционирования тогда, когда закрепляется в правовых нормах, культурных учреждениях, образовательных программах, праздниках, туристических маршрутах, визуальных символах и медийных образах.

Опыт российских республик показывает, что этнокультурный брендинг повышает узнаваемость региона, поддерживает внутреннюю идентичность, развивает туризм и стимулирует интерес к языкам, традициям и ремеслам. Но его эффективность зависит от связи с реальной культурной жизнью населения. Если этничность используется только как декоративный элемент, бренд становится поверхностным и закрепляет стереотипы.

Наиболее перспективной является модель сочетания традиции и современности. Национальная республика может быть одновременно хранителем культурного наследия, участником общероссийского гражданского пространства и современным субъектом социально-экономического развития.

Следовательно, институционализация этничности должна рассматриваться как один из способов управления культурным многообразием. При балансе между этнической уникальностью и гражданской интеграцией республика как бренд способна выполнять не только имиджевую, но и социально-консолидирующую функцию.

Список литературы

1. Зайцева А. С. Брендинг российских городов: теоретические основы и практическая реализация // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2025. Т. 22, № 2. С. 126–147. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-rossijskih-gorodov-teoreticheskie-osnovy-i-prakticheskaya-realizatsiya?ysclid=mqi21c4gc5164542764> (дата обращения 17.06.2026).

2. Брендинг регионов и его потенциал в укреплении российской национальной идентичности (кейсы Адыгеи, Кабардино-Балкарии и Дагестана) / И. В. Киреева, Е. С. Куква, С. А. Ляшева, З. А. Жаде, Н. А. Ильинова // Регионология. 2024. Т. 32, № 2. С. 368–387. DOI: 10.15507/2413-1407.127.032.202402.368-387.

3. Назукина М. В. Институционализация этничности в политике идентичности российских республик: концептуальный анализ // Полис. Политические исследования. 2020. № 3. С. 78–92. DOI: 10.17976/jpps/2020.03.06.

4. Назукина М. В., Тарасова Е. Ю. Опыт брендингования российских республик: вариативность институционализации этнокомпонента // Вестник Пермского университета. Политология. 2022. Т. 16, № 1. С. 40–48. DOI: 10.17072/2218-1067-2022-1-40-48.

5. Пешкова В. М. Этнокультурный брендинг как фактор развития российских малых городов // Социокультурный потенциал малых городов России : сборник статей. М., 2022. С. 128–141. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=11249> (дата обращения 17.06.2026).

6. Семёнов Е. А., Святоха Н. Ю., Филимонова И. Ю. Географический анализ территориальных брендов России // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2023. С. 184–199. URL: https://geopolitika.cfuv.ru/wp-content/uploads/2023/10/16_%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2-184-199.pdf (дата обращения 17.06.2026).

7. Указ Президента РФ от 19.12.2012 № 1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» : ред. от 15.01.2024. Доступ из справ.-правов. системы «КонсультантПлюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350/?ysclid=mqi251ckw948878482 (дата обращения 17.06.2026).

8. Указ Президента Российской Федерации от 25.11.2025 № 858 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2036 года». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/413034563/?ysclid=mqi243rr6e774242936> (дата обращения 17.06.2026).

© Шалютов С.Ф., 2026

**СЕКЦИЯ
МЕДИЦИНСКИЕ
НАУКИ**

**СЛОЖНЫЕ ИНТРАОПЕРАЦИОННЫЕ СИТУАЦИИ
ПРИ ОСТРОМ ХОЛЕЦИСТИТЕ: ОТ РАСПОЗНАВАНИЯ
К БЕЗОПАСНОМУ ЗАВЕРШЕНИЮ ОПЕРАЦИИ**

Айтмухамедова Элина Артуровна
студент

Научный руководитель: **Мустафин Роберт Дамерович**
профессор, д.м.н., заведующий кафедрой факультетской хирургии
ФГБОУ ВО «Астраханский ГМУ» Минздрава России

Аннотация: Несмотря на то что лапароскопическая холецистэктомия является золотым стандартом лечения острого холецистита, тяжелое воспаление, рубцовые изменения и анатомические деформации создают интраоперационные ситуации экстремальной сложности. В статье рассмотрены предоперационные и интраоперационные факторы, определяющие трудность вмешательства, проанализированы критерии безопасной диссекции, показания к субтотальной холецистэктомии и конверсии. Отдельное внимание уделено профилактике ятрогенных повреждений желчных протоков — самому грозному осложнению, частота которого остается стабильной на протяжении последних десятилетий.

Ключевые слова: острый холецистит, сложная холецистэктомия, критический взгляд безопасности (CVS), субтотальная холецистэктомия, конверсия, повреждение желчных протоков.

**COMPLEX INTRAOPERATIVE SITUATIONS
IN ACUTE CHOLECYSTITIS: FROM RECOGNITION
TO SAFE OPERATION ENDING**

Aitmukhamedova Elina Arturovna
Scientific adviser: **Mustafin Robert Damerovich**

Abstract: Despite the fact that laparoscopic cholecystectomy is the gold standard for the treatment of acute cholecystitis, severe inflammation, scarring, and anatomical deformities create intraoperative situations of extreme complexity. The article discusses the preoperative and intraoperative factors that determine the difficulty of the intervention, analyzes the criteria for safe dissection, and examines

the indications for subtotal cholecystectomy and conversion. Special attention is given to the prevention of iatrogenic damage to the bile ducts, which is the most serious complication and has remained stable over the past decades.

Key words: acute cholecystitis, complex cholecystectomy, Critical View of Safety (CVS), subtotal cholecystectomy, conversion, and damage to the bile ducts.

Введение. Холецистэктомия — одна из наиболее частых операций, она выполняется повсеместно, в том числе в больницах первого уровня; её техника давно изучена и хорошо отработана. Тем не менее, примерно у 1% пациентов возникают серьёзные осложнения, и при большом объёме вмешательств абсолютное число таких случаев становится значимым. Холецистэктомий в России ежегодно выполняется около 200 тысяч, а в США более 1,2 миллиона [1]. Однако «рутинность» этой операции парадоксальным образом связана с высоким риском тяжёлых осложнений, в частности повреждения внепечёчных желчных протоков. Частота ятрогенных повреждений при лапароскопической холецистэктомии (ЛХЭ) достигает 0,3–0,7%, и в большинстве случаев они возникают именно при остром холецистите [2].

Сложные интраоперационные ситуации возникают при гангренозном холецистите, эмпиеме, «фарфоровом» желчном пузыре, а также на фоне цирроза печени или ожирения. Главная проблема — не столько техническая сложность рассечения воспалённых тканей, сколько утрата анатомических ориентиров (синдром «замороженного» треугольника Кало). В таких условиях традиционная диссекция становится небезопасной, и хирург обязан распознать этот момент и переключиться на так называемые «аварийные протоколы» [3, 4].

Предоперационное прогнозирование: как распознать «сложный» холецистит

Оценка сложности ситуации должна начинаться до разреза. Токийские руководства 2018 года (TG18) и их последующие версии, опубликованные в 2025 году, выделяют чёткие предикторы технических трудностей [5, 6, 7]:

1. Время от начала заболевания: оптимальными сроками для безопасной ЛХЭ являются первые 72 часа. Операция, выполненная на 4–7 сутки, ассоциирована с максимальным уровнем фиброза и осложнений. По данным Abdallah et al. (2025), даже после 7–10 дней возможна ЛХЭ, однако она требует перехода на так называемые «bailout» (с англ. «аварийное отступление») техники [8].

2. Лабораторные маркеры: высокий уровень С-реактивного белка (СРБ) и гипоальбуминемия (альбумин $<3,0$ г/дл) коррелируют с выраженностью воспалительных изменений и риском инфекционных осложнений. У пациентов с циррозом печени уровень альбумина $<2,0$ г/дл может являться предиктором летального исхода [9].

3. Лучевые признаки (КТ/УЗИ): утолщение стенки пузыря > 10 мм, наличие перивезикального абсцесса, отек двенадцатиперстной кишки и плохое контрастирование стенки пузыря являются предикторами высокой степени сложности операций, соответствующей 4–5 степени сложности по предложенной шкале Nassar (Grade 4–5) [8, 7].

Дополнительными факторами риска являются пожилой возраст и ожирение [10, 11].

Современные требования к технике операции «Критический взгляд на безопасность» (CVS)

1. Ошибка отражения (Mirror Error): принятие общего печёночного протока за пузырный при натяжении тканей. Особенно часто встречается, если желчный пузырь сморщен и подтягивает холедох кверху.

2. Варианты артериального кровоснабжения: в 15% случаев правая печёночная артерия проходит через треугольник Кало («извитая гусеница» — Moynihan's hump). Её пересечение может сопровождаться серьёзными ишемическими осложнениями, однако развитие тотального некроза правой доли печени не является закономерным исходом и встречается крайне редко. Если «пузырная артерия» кажется слишком крупной (диаметр $> 4–5$ мм), это, вероятно, правая печёночная артерия [9, 13].

3. Ориентир на борозду Рувьера (Rouviere's sulcus): это естественная щель на нижней поверхности печени, которая служит безопасным ориентиром. Все манипуляции выше линии Рувьера безопасны, ниже — зона риска повреждения холедоха [13].

Анализ типичных интраоперационных ошибок показывает, что большинство повреждений протоков происходит именно из-за неверной идентификации анатомических структур в условиях воспаления [14].

Хирургическая тактика «Bailout» (Аварийное отступление): когда, как и зачем

Когда диссекция в треугольнике Кало становится небезопасной (невозможно выделить пузырный проток и артерию), существует три варианта продолжения операции:

1. Конверсия (переход на открытую холецистэктомию).
2. Субтотальная холецистэктомия (лапароскопическая или открытая).
3. Холецистостомия.

Современными авторами конверсии рассматриваются не как признаки неудачи, а, напротив, свидетельствуют о профессиональной грамотности хирурга [15, 16].

Абсолютные показания к конверсии:

1. Массивное кровотечение, которое невозможно остановить лапароскопически (пульсирующая струя из ложа пузыря или из артерии).
2. Невозможность идентификации анатомии после исчерпания всех лапароскопических приёмов.
3. Синдром Мириizzi II–V типа (наличие холецисто-холедохоального свища), когда лапароскопическая пластика технически крайне сложна [9, 13].

Относительные показания к конверсии:

- Выраженный спаечный процесс брюшной полости (множественные предыдущие операции).
- Невозможность адекватной визуализации из-за ожирения 3–4 степени и отсутствия специального инструментария [10].
- Гангрена стенки пузыря с распространённым гнойным перитонитом и формированием подпечёчного абсцесса [9].
- Повреждение внепечёчных желчных протоков (пересечение, клипирование холедоха). В данном случае решение о конверсии принимается индивидуально: в специализированных гепатобилиарных центрах возможна эндоскопическая или лапароскопическая коррекция повреждения; при отсутствии таких условий и невозможности безопасного малоинвазивного устранения повреждения показана конверсия с последующей реконструктивной операцией [2].

Считается, что решение о конверсии должно быть принято до того, как произошло повреждение. Если хирург в течение 20–30 минут не может продвинуться в диссекции, следует выполнить конверсию, а не продолжать «слепые» манипуляции.

Техника конверсии при остром холецистите:

При массивном воспалении предпочтительна ретроградная холецистэктомия «от дна к шейке».

- При невозможности выделения пузырного протока даже открыто — выполняется открытая субтотальная холецистэктомия с ушиванием культи [17].

Сравнительные исследования показывают, что результаты субтотальной холецистэктомии сопоставимы с открытой операцией, при этом лапароскопический подход имеет преимущества по кровопотере и срокам госпитализации [15].

Субтотальная холецистэктомия (LSC) — лапароскопическая альтернатива конверсии.

CVS остаётся «золотым стандартом» для безопасной лапароскопической холецистэктомии. Если CVS недостижим, продолжать стандартную дистальную диссекцию опасно — риск травмы желчных путей повышается. На 2025 год приемлемая тактика включает последовательное применение «bail-out» манёвров (остановка и переоценка, интра-операционная холангиография/ультразвук, техника fundus-first, субтотальная холецистэктомия или клипирование шейки), а при продолжающейся неопределённости анатомии — немедленная конверсия в открытую операцию для обеспечения безопасности пациента.

В систематическом обзоре Motter et al. (2024), включавшем 985 случаев, показано, что субтотальная холецистэктомия является эффективной операцией выбора при сложных анатомических условиях [2, 18].

Первый подтип – фенестрирующая субтотальная холецистэктомия предполагает удаление передней стенки пузыря, тогда как задняя стенка (слизистая) оставляется и подвергается мукозэктомии (электрокоагуляция слизистой). Эта техника характеризуется высокой частотой желчеистечения (до 12–15%) и необходимостью выполнения эндоскопической папиллотомии. Однако риск повторного образования камней практически нулевой, так как слизистая удаляется полностью. Этот вариант рекомендуется применять при разлитом гнойном перитоните, расплавленной стенке пузыря и невозможности надёжно прошить культю пузырного протока.

Второй подтип — реконструирующая субтотальная холецистэктомия заключается в оставлении небольшой части шейки пузыря, культя которой ушивается или клипруется. Этот подход демонстрирует значительно более низкую частоту желчеистечения (OR 0,29 по сравнению с фенестрирующим типом) и, соответственно, низкую частоту послеоперационных папиллотомий (OR 0,32). Однако существует риск повторного образования камней в оставленной культе. Реконструирующий тип предпочтителен при плотном фиброзе в области шейки пузыря, когда можно сформировать надёжную культю.

В отечественной литературе операция, близкая по своей сути к фенестрирующей субтотальной холецистэктомии, известна как операция Прибрама–Вишневого. Однако следует отметить, что полное отождествление этих двух вмешательств не является общепринятым, и их следует рассматривать как сходные, но не идентичные методики. Техника Прибрама–Вишневого предполагает удаление передней стенки и содержимого жёлчного пузыря с оставлением части задней стенки, тщательной санацией и адекватным дренированием, что снижает риск травмы внепечёночных жёлчных протоков при сложной анатомии или выраженных воспалительных сращениях [19].

Лапароскопическая аварийная операция (Lap-BOS) имеет преимущества перед конверсией: меньше кровопотери (в среднем на 150 мл), короче оперативное время (на 25 минут) и сопоставимый риск послеоперационных желчных свищей (около 5–7%) [6, 15].

Отсроченные результаты фенестрирующей и реконструирующей субтотальной холецистэктомии сопоставимы с тотальной холецистэктомией у пациентов с острым холециститом, при этом риск повреждения магистральных протоков значительно ниже [20].

Методика «Fundus-first» (сверху-вниз, либо холецистэктомии от дна).

Диссекция начинается от дна пузыря. Это позволяет безопасно отпрепарировать пузырь от ложа печени, приближаясь к шейке с «безопасной» стороны. Этот метод эффективен при «замороженном» треугольнике Кало и часто позволяет избежать конверсии [8, 21].

Стратегия намеренного оставления камней (Impacted stones).

Неожиданные данные появились в 2025 году: исследование показало, что намеренное оставление вколоченных камней в культе пузырного протока (при невозможности их безопасного извлечения) не ухудшает результаты, а даже сокращает время операции и койко-день (6 дней против 10) без роста осложнений [1].

Особые клинические ситуации высокого риска

Острый холецистит на фоне цирроза печени.

Цирроз печени (особенно класс В и С по Child-Pugh) создаёт особые трудности для хирурга: варикозное расширение вен гепатодуоденальной связки, коагулопатия, асцит и тромбоцитопения [9].

Таким пациентам необходима предоперационная коррекция альбумина (>3.0 г/дл) и тромбоцитов (>50). При асците и портальной гипертензии предпочтительнее этапное лечение: сначала чрескожная холецистостомия,

затем через 4–6 недель — ЛХЭ. При возникновении технических трудностей у больных с циррозом печени решение о конверсии не должно растягиваться по времени [10].

Гангренозный и склеро-атрофический холецистит.

Гангренозный холецистит характеризуется участками некроза стенки и перфорацией. В таких случаях ткани настолько рыхлые, что швы прорезываются. Рекомендуется фенестрирующая субтотальная холецистэктомия с широким дренированием ложа пузыря, чтобы избежать подпечёночного абсцесса [9]. Конверсия при гангрене выполняется часто, так как лапароскопическая диссекция может привести к разрыву гнойного пузыря и обсеменению брюшной полости.

Синдром Мириззи (Mirizzi Syndrome).

Редкое, но крайне опасное состояние (1% от всех холелитиазов), при котором камень в шейке пузыря сдавливает общий печёночный проток [13].

Ловушка: хирург может принять общий печёночный проток за пузырный.

Тактика: при подозрении (желтуха + кальцинат в воротах печени) необходима немедленная конверсия или использование интраоперационной флюороскопии. Лапароскопическое лечение возможно только при I типе (компрессия без свища). При II–V типах (свищ в холедохах) требуется открытая холедохопластика [13, 14].

Послеоперационные осложнения

Даже при правильно выполненной технике возможны специфические осложнения.

1. Желчеистечение: самое частое осложнение после субтотальной резекции. Частота варьирует от 3% до 15%, чаще при фенестрирующем типе. Лечение чаще всего консервативное (адекватное дренирование) или эндоскопическое (ERCP со стентированием) [2, 6, 22]. Российские данные показывают, что при субтотальной ЛХЭ с клипированием культи частота желчеистечения составляет 2,2%, тогда как без клипирования — 53,8% [19]. Эндоскопические методы (ERCP, папиллосфинктеротомия) играют ключевую роль в лечении послеоперационных желчеистечений и повреждений протоков [23].

2. Повреждение протоков: наиболее тяжёлое осложнение. При подозрении на пересечение холедоха необходима немедленная консультация гепатобилиарного хирурга. Недопустимо пытаться ушить повреждение «на глаз» — это ухудшает прогноз для последующей реконструкции. Тактика

ведения зависит от возможностей клиники: в специализированных центрах возможны эндоскопические (стентирование) или лапароскопические вмешательства; при отсутствии таких условий предпочтительна конверсия для выполнения полноценной реконструктивной операции [2].

3. Послеоперационная ERCP: при подозрении на обтурацию культи или холедоха лигатурами выполняется эндоскопическая ретроградная холангио-панкреатография [8, 23].

4. Следует отметить, что частота инфекционных раневых осложнений выше после конверсии (до 10–15%), чем после лапароскопической субтотальной холецистэктомии (3–5%) [15].

Заключение. Острый холецистит остаётся одной из самых частых urgentных патологий в абдоминальной хирургии, и лапароскопическая холецистэктомия, несмотря на свою «рутинность», продолжает таить в себе серьёзные риски при тяжёлых формах воспаления. Проведённый анализ литературы за последнее десятилетие (2016–2026) убедительно демонстрирует, что сложные интраоперационные ситуации — это не исключение, а скорее закономерность при позднем поступлении пациента, выраженном фиброзе, воспалительных изменениях тканей или сопутствующей патологии, такой как цирроз печени или ожирение. Главным условием безопасного выполнения операции становится не столько виртуозное техническое мастерство, сколько правильная тактика, основанная на своевременном распознавании «трудного» желчного пузыря и готовности отказаться от настойчивых попыток любой ценой завершить операцию его полным удалением.

«Критический взгляд на безопасность» остаётся золотым стандартом хирургической техники, однако при остром воспалении его достижение часто невозможно. В такой ситуации упорное продолжение манипуляций в «замороженном» треугольнике Кало является опасным для пациента, что ведет к повреждениям внепечёчных желчных протоков. Хирург обязан своевременно — обычно в течение 20–30 минут безрезультатной диссекции — переключиться на так называемые «аварийные» (bailout) техники, которые включают конверсию, субтотальную холецистэктомию или холецистостомию.

Конверсия не должна восприниматься как поражение или признак неудачи. Напротив, это осознанное тактическое решение, позволяющее избежать ятрогенного повреждения холедоха, особенно при интраоперационном кровотечении, синдроме Мириззи или невозможности идентификации анатомических структур. Субтотальная холецистэктомия, в свою очередь,

является безопасной и эффективной лапароскопической альтернативой открытой операции: реконструирующий тип с клипированием культи обеспечивает низкий уровень желчеистечения и минимальный риск повреждения магистральных протоков, тогда как фенестрирующий тип остаётся методом выбора при разлитом гнойном перитоните и расплавленной стенке пузыря.

Список литературы

1. Efficacy of laparoscopic bailout surgery for moderate and severe acute cholecystitis / Kitasaki, N., Abe, T., Kobayashi, T., Honmyo, N., and al. (2025) // Scientific reports, 15(1), 44831. URL: <https://doi.org/10.1038/s41598-025-28754-4> (дата обращения 12.05.2026).

2. Severity of Acute Cholecystitis and Risk of Iatrogenic Bile Duct Injury During Cholecystectomy, a Population-Based Case–Control Study / Törnqvist B., Waage A., Zheng Z., Ye W., Nilsson M. (2016) // World Journal of Surgery. 40. URL: <https://doi.org/10.1007/s00268-015-3365-1> (дата обращения 12.05.2026).

3. Курбонов Н.А., Давлатов С.С., Рахманов К.Э. Современный взгляд к выбору хирургической тактики при осложнённых формах острого холецистита // Биология ва тиббиёт муаммолари. — 2025. — №4 (163). — С. 343–347.

4. Gautam Dr. (2024). A Study To Evaluate Fundus First Laparoscopic Cholecystectomy In Patients With Frozen Calot’s Triangle. African Journal OF Biomedical Research. 27. 1734-1739. URL: <https://doi.org/10.53555/AJBR.v27i3S.2405> (дата обращения 16.06.2026).

5. Tokyo Guidelines 2018 surgical management of acute cholecystitis: safe steps in laparoscopic cholecystectomy for acute cholecystitis (with videos)/ Wakabayashi, G., Iwashita, Y., Hibi, T., Takada, T., et al. (2018) // Journal of Hepato-Biliary-Pancreatic Sciences. 25. URL: <https://doi.org/10.1002/jhbp.517> (дата обращения 12.05.2026).

6. Токийские рекомендации 2018: хирургическое лечение острого холецистита (безопасные этапы лапароскопической холецистэктомии при остром холецистите) / Сопуев А. А., Мамакеев К. М., Жортучиев Р. К. и др., // Научное обозрение. Медицинские науки 2023. №5. С. 26–32.

7. 2020 World Society of Emergency Surgery updated guidelines for the diagnosis and treatment of acute calculus cholecystitis / Pisano, M., Allievi, N., Gurusamy, K. et al. // World journal of emergency surgery: WJES, 15(1), 61. URL: <https://doi.org/10.1186/s13017-020-00336-x> (дата обращения 12.05.2026).

8. Abdallah H.S., Sedky M.H. & Sedky Z.H. The difficult laparoscopic cholecystectomy: a narrative review. BMC surgery, 25(1), 156. URL: <https://doi.org/10.1186/s12893-025-02847-3> (дата обращения 12.05.2026).

9. Cholecystectomy in the Context of Cirrhosis, Sclero-Atrophic Cholecystitis, and Gangrenous Cholecystitis: A Literature Review / Botezatu, C., Chitca, D. D., Popescu, V. et al. // Medicina (Kaunas, Lithuania), 61(8), 1314. URL: <https://doi.org/10.3390/medicina61081314> (дата обращения 12.05.2026).

10. Особенности диагностики и хирургического лечения острого деструктивного калькулезного холецистита у больных с избыточной массой тела и с ожирением Обзор литературы / Аймагамбетов М. Ж., Абдрахманов С. Т., Булегенов Т. А. и др. // Наука и здравоохранение. 2019. – Т. 21, №3. – С. 54-67.

11. Алгоритм диагностики и лечения больных пожилого и старческого возраста с острым холециститом, холедохолитиазом и механической желтухой / Дибиров М. Д., Рыбаков Г. С., Домарев В. Л. и др., // НМП. 2017. — Т. 6, № 2. — С. 145–148. Журнал имени Н. В. Склифосовского «Неотложная медицинская помощь».

12. Strasberg, S. M., Pucci, M. J., Brunt, L. M., Deziel, D. J. (2016). Subtotal Cholecystectomy-«Fenestrating» vs «Reconstituting» Subtypes and the Prevention of Bile Duct Injury: Definition of the Optimal Procedure in Difficult Operative Conditions. Journal of the American College of Surgeons, 222(1), 89–96. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jamcollsurg.2015.09.019> (дата обращения 12.05.2026).

13. Gupta V., Jain G. (2019). Safe laparoscopic cholecystectomy: Adoption of universal culture of safety in cholecystectomy. World journal of gastrointestinal surgery, 11(2), 62–84. URL: <https://doi.org/10.4240/wjgs.v11.i2.62> (дата обращения 12.05.2026).

14. Ошибки, опасности и упущения в хирургии желчнокаменной болезни и холедохолитиазе / Ботиров А. К., Солижонов З. Б., Бозоров Н. Э., Отакузиев А. З. Экономика и социум. — 2022. — № 5-2 (96). — С. 933–941.

15. Grossman Y., Holder K. G., Freedle C., Dhanasekara C. S., Dissanaik. S. (2022). Comparing Outcomes of Sub-Total Cholecystectomy Versus Open Cholecystectomy as Bailout Procedures for the Difficult Gallbladder. The American Surgeon. 89. 000313482211483. URL: <https://doi.org/10.1177/00031348221148345> (дата обращения 12.05.2026).

16. Tokyo Guidelines 2018: flowchart for the management of acute cholecystitis // Okamoto, K., Suzuki, K., Takada, T., and al. (2018) / Journal of

hepato-biliary-pancreatic sciences, 25(1), 55–72. URL: <https://doi.org/10.1002/jhbp.516> (дата обращения 12.05.2026).

17. Short and long term outcomes of laparoscopic fenestrating or reconstituting subtotal cholecystectomy versus laparoscopic total cholecystectomy in the management of acute cholecystitis // Loh, A. Y. H., Chean, C. S., Durkin, D., and al. (2022) / HPB : the official journal of the International Hepato Pancreato Biliary Association, 24(5), 691-699. URL: <https://doi.org/10.1016/j.hpb.2021.09.018> (дата обращения 12.05.2026).

18. Fenestrating Versus Reconstituting Subtotal Cholecystectomy: Systematic Review and Meta-Analysis on Bile Leak, Bile Duct Injury, and Outcomes / Ravendran, K., Elmoraly, A., Thomas, C. S. et al. // Cureus, 16(10), e72769. URL: <https://doi.org/10.7759/cureus.72769> (дата обращения 12.05.26).

19. Ташкинов Н. В., Бак В. Е. Лапароскопическая холецистэктомия по Прибраму в лечении острого и хронического калькулезного холецистита // Дальневосточный медицинский журнал. 2011. №4. — С. 33–36.

20. Ташкинов Н.В., Бояринцев Н.И., Куликова Н.А., Ташкинов А.Н. Эндоскопические вмешательства при желчеистечении после холецистэктомии у больных с острым холециститом // Дальневосточный медицинский журнал. — 2017. — № 2. — С. 64–67.

21. Laparoscopic subtotal cholecystectomy for the difficult gallbladder: Evolution of technique at a single teaching hospital // Deng, S. X., Sharma, B. T., Ebeye, T., et al. (2024) / Surgery, 175(4), 955-962. URL: <https://doi.org/10.1016/j.surg.2023.12.026> (дата обращения 12.05.2026).

22. Lunevicius R., Nzenwa I. C. (2023). Multiple logistic regression model to predict bile leak associated with subtotal cholecystectomy. Surgical endoscopy, 37(7), 5405–5413. URL: <https://doi.org/10.1007/s00464-023-10049-2> (дата обращения 12.05.2026).

23. Применение миниинвазивных технологий в диагностике и лечении осложнений после холецистэктомии на фоне острого холецистита / Галлямов Э.А., Галимов О.В., Хиуа Кархани М.Х., и др. // Хирургическая практика. 2023. Т.1, №4. С. 42–54.

© Айтмухамедова Э.А., 2026.

**СЕКЦИЯ
БИОЛОГИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

**СЕМЕННАЯ ПРОДУКТИВНОСТЬ НЕКОТОРЫХ СОРТОВ
КАЛЕНДУЛЫ ЛЕКАРСТВЕННОЙ (*CALENDULA OFFICINALIS* L.)**

Огнивенко Софья Андреевна

студент

Научный руководитель: **Черятова Юлия Сергеевна**

к.б.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К. А. Тимирязева»

Аннотация: В статье приведены результаты изучения потенциальной и реальной семенной продуктивности сортов *Calendula officinalis* «Оранжевые шары», «Калифорнийская махровая» и «Лимонная королева». Наибольшая семенная продуктивность наблюдалась у сорта «Оранжевые шары», а наименьшая – у «Лимонной королевы». *Calendula officinalis* сорта «Оранжевые шары» формировала максимальное число корзинок (10,5 шт. на одно растение), наибольшее количество цветков в одной корзинке (420,5 шт.) и количество семян в корзинке (56,8 шт.). У растений сорта «Оранжевые шары» также отмечена самая высокая потенциальная (4415,2 шт.) и реальная (596,4 шт.) семенная продуктивность.

Ключевые слова: *Calendula officinalis*, декоративное садоводство, сортоизучение, потенциальная семенная продуктивность, реальная семенная продуктивность.

**SEED PRODUCTIVITY OF SOME VARIETIES
OF *CALENDULA OFFICINALIS* L.**

Ognivenko Sofia Andreevna

Scientific adviser: **Cheryatova Yulia Sergeevna**

Abstract: The article presents the results of a study of the potential and actual seed productivity of the *Calendula officinalis* varieties «Orange Balls», «California Terry», and «Lemon Queen». The highest seed productivity was observed in the «Orange Balls» variety, and the lowest in the «Lemon Queen». *Calendula*

officinalis «Orange Balls» variety formed the maximum number of head flowers (10.5 per plant), the greatest number of flowers per head flower (420.5) and the highest number of achenes per head flower (56.8). Plants of the «Orange Balls» variety also demonstrated the highest potential (4415.2) and actual (596.4) seed productivity.

Key words: *Calendula officinalis*, ornamental gardening, variety study, potential seed productivity, actual seed productivity.

Введение. Календула лекарственная (*Calendula officinalis* L.) — популярное лекарственное и декоративное растение из семейства Астровых (Asteraceae) [2]. Основным сырьем календулы для производства лекарственных препаратов является соцветие, состоящее из язычковых и трубчатых цветков [5]. Соцветия фармакопейного растения *C. officinalis* содержит флавоноиды, тритерпеноиды, гликозиды, сапонины, каротиноиды, летучие масла, аминокислоты, стероиды, стеролы и хиноны [6]. Биологически активные вещества *C. officinalis* проявляют противовоспалительное, противораковое, противоглистное, противодиабетическое, ранозаживляющее, гепатопротекторное и антиоксидантное действие [7]. Следует также отметить, что экстракты календулы широко применяются в медицинской практике при лечении ожогов, язв, желудочно-кишечных, гинекологических, глазных и различных кожных заболеваний [8, 10]. Лекарственное растительное сырье *C. officinalis* также находит широкое применение в косметологии: экстракты растений входят в состав более 200 косметических препаратов (кремы, лосьоны, шампуни и др.) [9].

Современные красивоцветущие махровые сорта *C. officinalis* сегодня крайне популярны в декоративном садоводстве для создания миксбордеров, дорожек, бордюров, мавританских газонов [1, 4].

Число цветков и, соответственно, формирующихся плодов-семянков в соцветиях-корзинках *Calendula officinalis* сильно варьируется в зависимости от сортовых особенностей растений. Поэтому целью работы послужило определение урожайности и семенной продуктивности популярных в декоративном садоводстве сортов календулы лекарственной «Оранжевые шары», «Калифорнийская махровая» и «Лимонная королева» (рис. 1). Поскольку в настоящее время в литературе отсутствуют точные сведения

о количестве семян в соцветии и урожайности изучаемых сортов календулы лекарственной, данная работа является актуальной и может представлять интерес для селекции и семеноводства этой ценной лекарственной и декоративной культуры.



**Оранжевые
Шары**



**Калифорнийская
махровая**



**Лимонная
королева**

Рис. 1. Внешний вид соцветий сортов *Calendula officinalis*

Материалы и методы исследования. Исследование проводили в открытом грунте Ботанического сада имени С. И. Ростовцева ФГБОУ ВО «Российского государственного аграрного университета – МСХА имени К.А. Тимирязева» в июле-сентябре 2025 г. Объектами исследования послужили три махровых сорта *C. officinalis*: «Оранжевые шары», «Калифорнийская махровая», «Лимонная королева» биоресурсной коллекции сада. Определение семенной продуктивности изучаемых сортов календулы лекарственной проводили путём прямого подсчёта числа репродуктивных органов растений (соцветий, цветков, плодов). Полученные данные обрабатывали общепринятыми математико-статистическими методами [3].

Результаты исследования и их обсуждение. В работе определены следующие показатели репродуктивной биологии сортов календулы лекарственной: количество корзинок на одно растение, количество цветков в одной корзинке, количество семян в одной корзинке, потенциальная семенная продуктивность (ПСП) и реальная семенная продуктивность (РСП), представленные в таблице (табл. 1).

Таблица 1

**Потенциальная и реальная семенная продуктивность сортов
календулы лекарственной (2025 г.)**

Сорт	Количество корзинок на одно растение, шт, $M \pm m$	Количество цветков в одной корзинке, шт, $M \pm m$	Количество семян в одной корзинке, шт, $M \pm m$	Потенциальная семенная продуктивность (ПСП)	Реальная семенная продуктивность (РСП)
Оранжевые шары	10,5±2,5	420,5±20,5	56,8±16,2	4415,2	596,4
Калифорнийская махровая	9,5±2,5	386,0±17,5	50,3±14,5	3667,0	447,8
Лимонная королева	8,5±1,5	352,2±14,8	48,5±12,7	2993,7	412,2
<i>± – абсолютная погрешность определения продуктивности, шт., при $p=0,95$</i>					

Анализ таблицы показал, что наибольшее среднее количество корзинок отмечено у сорта календулы лекарственной «Оранжевые шары» (10,5±2,5 шт/растение). Сорт календулы «Калифорнийская махровая» формирует 9,5±2,5 корзинок на одно растение, а сорт «Лимонная королева» – 8,5±1,5 корзинок. Таким образом, сорт календулы лекарственной «Оранжевые шары» превосходит сорт «Лимонную королеву» по данному показателю на 23,5%. Стандартное отклонение у первых двух сортов выше (±2,5), что указывает на большую вариабельность признака. Выявлено, что по количеству цветков в одной корзинке лидирует сорт календулы «Оранжевые шары» (420,5±20,5 шт.). Сорт календулы «Калифорнийская махровая» формирует 386,0±17,5 цветков, а сорт «Лимонная королева» – 352,2±14,8 цветков. Таким образом, превышение количества цветков в одной корзинке у сорта календулы «Оранжевые шары» над «Лимонной королевой» составляет порядка 19,4%.

Было установлено, что наибольшее число плодов-семян формируется у сорта календулы лекарственной «Калифорнийская махровая» (50,3±14,5 шт.). Несколько меньшее значение наблюдается у сорта «Лимонная королева» (48,5±12,7 шт.) и сорта «Оранжевые» (56,8±16,2 шт.). Потенциальная семенная продуктивность (ПСП) календулы лекарственной отражает максимально возможное число семян при условии полной реализации репродуктивного потенциала культуры. Наибольшая ПСП

зафиксирована у сорта «Оранжевые шары» – 4415,2 семянков на одно растение; у сорта «Калифорнийская махровая» ПСП составляет 3667,0, а у сорта «Лимонная королева» – 2993,7 (рис. 2).

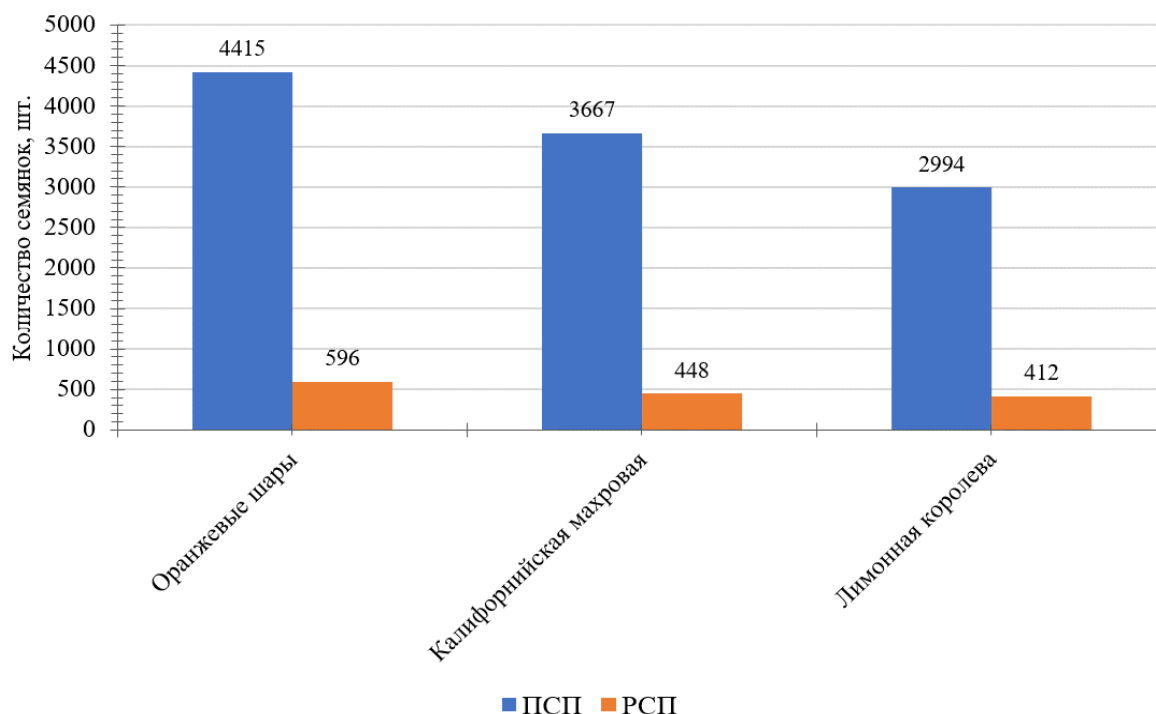


Рис. 2. Потенциальная (ПСП) и реальная (РСП) семенная продуктивность сортов календулы лекарственной, шт.

Таким образом, ранжирование по ПСП изученных сортов календулы полностью совпадает с ранжированием по количеству корзинок и цветков. Реальная семенная продуктивность (РСП) календулы лекарственной характеризует фактическое число сформированных семянков на одно растение. Максимальная РСП отмечена у сорта «Оранжевые шары» (596,4 семянков), минимальная – у «Лимонной королевы» (412,2 семянков). Сорт календулы «Калифорнийская махровая» занимает промежуточное положение (447,8 семянков) среди всех изученных сортов.

Выводы. Значительное расхождение между ПСП и РСП сортов *C. officinalis* «Оранжевые шары», «Калифорнийская махровая», «Лимонная королева» (в 7–8 раз) может указывать на действие лимитирующих факторов, среди которых с большой вероятностью могло послужить частичное опыление, в связи с чем не у всех цветков растений происходило завязывание семянков. В работе был установлен по всем основным показателям наиболее продуктивный сорт календулы лекарственной – «Оранжевые шары»:

максимальное число корзинок (10,5 шт. на одно растение), наибольшее количество цветков в корзинке (420,5 шт.), количество семян в корзинке (56,8 шт.), а также самая высокая ПСП (4415,2 шт.) и РСП (596,4 шт.). Сорт календулы «Лимонная королева» характеризуется наименьшими показателями по количеству корзинок на одно растение (8,5 шт.), числу цветков в одной корзинке (352,2 шт.), ПСП (2993,7) и РСП (412,2). Проведенное исследование дает достоверную информацию о семенной продуктивности сортов календулы лекарственной и может послужить научной основой для семенного размножения, селекции и семеноводства этой ценной декоративной и лекарственной культуры.

Список литературы

1. Бахарев В.В. Однолетники и ковровые растения на архитектурно-ландшафтных объектах города. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. 252 с.
2. Коровкин О.А., Черятова Ю.С. Ботаника: учебник. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство "КноРус"», 2024. 464 с.
3. Соколов И. Д., Соколова Е. И., Наумов С. Ю. Введение в биометрию: учебное пособие. Луганск: Элтон-2, 2008. 132 с.
4. Справочник цветовода / В. В. Вакуленко, Е. Н. Зайцева, Т. М. Клевенская и др. Москва: «Колос», 1997. 446 с.
5. Черятова Ю.С. Основы гистологии лекарственных растений. Москва: РГАУ – МСХА им. К.А. Тимирязева, 2016. 93 с.
6. Deligiannidou G.E., Papadimitriou K., Poulios E. An Update of Phytotherapeutic Advances of Marigold (*Calendula officinalis* L.) in Wound Healing // Plants (Basel). 2025. Vol. 14(22). P. 3497. doi: 10.3390/plants14223497.
7. Nicolaus C., Junghanns S., Hartmann A. In vitro studies to evaluate the wound healing properties of *Calendula officinalis* extracts // J Ethnopharmacol. 2017. Vol. 196. P. 94-103. doi: 10.1016/j.jep.2016.12.006.
8. Nowak-Terpiłowska A., Nowak I., Feliczak-Guzik A., Wyganowska M. Analysis of the Impact of Ethanol Extract of *Calendula officinalis* L. on Human Fibroblast Cell Cultures Using the PANsys 3000 Device for Breeding and Visualization of Cells // Life (Basel). 2023. Vol. 13(10). P. 1949. doi: 10.3390/life13101949.

9. Olivero-Verbel J., Quintero-Rincon P., Caballero-Gallardo K. Aromatic plants as cosmeceuticals: benefits and applications for skin health // *Planta*. 2024. Vol. 260(6). P. 132. doi: 10.1007/s00425-024-04550-8.

10. Shahane K., Kshirsagar M., Tambe S. An Updated Review on the Multifaceted Therapeutic Potential of *Calendula officinalis* L. // *Pharmaceuticals (Basel)*. 2023. Vol. 16(4). P. 611. doi: 10.3390/ph16040611.

© Огнивенко С.А., 2026

**СЕКЦИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

ПЛАНИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Гурнович Татьяна Генриховна

доктор экономических наук, профессор

Белецкая Екатерина Михайловна

Мясищева Анастасия Олеговна

Рогожин Сергей Николаевич

студенты

Кубанский государственный аграрный университет

имени Т.И. Трубилина

Аннотация: В современных условиях важное место в эффективной работе предприятия занимает обеспечение его материально-техническими ресурсами. Для того чтобы данные ресурсы имелись в достаточном количестве и эффективно использовались, необходимо обеспечить организацию их планирования с учетом текущих потребностей предприятия. В представленной статье рассматривается организация планирования использования материально-технических ресурсов на примере сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края, выявляются ключевые проблемы данного процесса, и предлагаются возможные пути их устранения.

Ключевые слова: планирование, материально-технические ресурсы, экономическая детальность, устойчивость, экономическая активность.

PLANNING THE UTILIZATION OF MATERIAL AND TECHNICAL RESOURCES

Gurnovich Tatyana Genrikhovna

Beletskaya Ekaterina Mikhailovna

Myasishcheva Anastasiya Olegovna

Rogozhin Sergey Nikolaevich

Abstract: In contemporary business environments, the provision of enterprises with material and technical resources constitutes a critical determinant of operational efficiency. To ensure adequate availability and optimal utilization of such resources, systematic planning aligned with the enterprise's current requirements is imperative.

This study examines the planning framework for material and technical resource management, employing LLC «Voskhod» as a case study. The analysis identifies key bottlenecks in the planning process and proposes targeted solutions to mitigate these challenges.

Key words: planning, material and technical resources, economic efficiency, sustainability, economic activity.

Материальные ресурсы – это различные виды сырья, материалов, топлива, энергии, комплектующих и полуфабрикатов, которые хозяйствующий субъект закупает для использования в хозяйственной деятельности с целью выпуска продукции, оказания услуг и выполнения работ [1].

Для анализа эффективности использования материальных ресурсов используют формы финансовой отчетности, то есть бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и приложений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах [2].

Целостное обеспечение предприятия материальными ресурсами является значительным элементом в производстве продукции. Также это важнейшее условие для реализации планов по выпуску готовой продукции, для снижения себестоимости при увеличении доходности и рентабельности [3].

Планирование использования материально-технических ресурсов предприятия представляет собой процесс организации деятельности, направленной на обеспечение бесперебойного функционирования предприятия, а также эффективной и экономически активной деятельности его производственных и вспомогательных подразделений. Эффективная организация планирования использования материально-технических ресурсов способствует повышению производительности труда, снижению себестоимости продукции, укреплению конкурентоспособности предприятия и обеспечению его устойчивого развития в долгосрочной перспективе.

Процесс планирования потребности в материальных ресурсах итеративный. В то же время количество и эффективность итераций зависят от степени согласованности производственных планов, планов капитального строительства и капитального ремонта с объемами и методами финансирования затрат на материальную логистику, которые, накладывая определенные финансовые ограничения на объемы закупаемых материальных ресурсов, создают предпосылки для следующей итерации планов потребностей в материальных ресурсах [4].

Процесс планирования использования материально-технических ресурсов осуществляется в несколько этапов (рисунок 1).

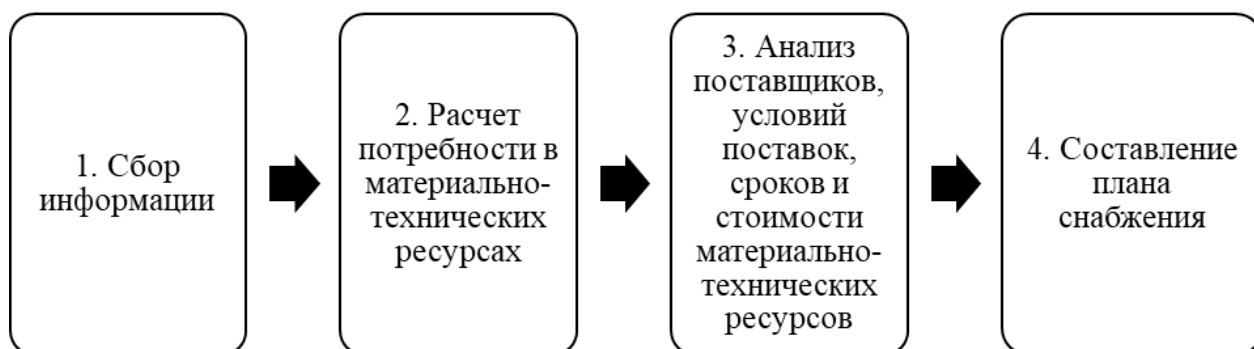


Рис. 1. Этапы планирования использования материально-технических ресурсов

На первом этапе планирования осуществляется сбор и систематизация информации о номенклатуре и объемах выпускаемой на предприятии продукции, о технологических особенностях производства, об имеющихся производственных мощностях, а также о текущих и прогнозируемых запасах ресурсов.

На втором этапе осуществляется расчет потребности в материально-технических ресурсах на определенный плановый период (месяц, квартал, год) с учетом всех затрат, возможных технологических потерь и отходов.

Третий этап планирования предполагает анализ поставщиков, условий поставок, сроков и стоимости материально-технических ресурсов. Данный анализ позволит оптимизировать и повысить эффективность закупочной деятельности, минимизировать складские запасы и снизить издержки на хранение.

На основании первых трех этапов реализуется четвертый этап – составление плана снабжения. Данный план сверяется с производственным графиком и бюджетом предприятия. В процессе реализации плана снабжения осуществляется постоянный контроль фактических расходов материально-технических ресурсов, проводится анализ отклонений от плана и в итоге осуществляется корректировка плана снабжения с учетом изменений в производственной программе предприятия, рыночной конъюнктуре или технологических процессах.

Далее рассмотрим, как осуществляется планирование использования материально-технических ресурсов на примере сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края. Основным направлением деятельности предприятия выступает растениеводство, специализирующееся на выращивании зерновых, зернобобовых и масличных культур, таких как пшеница, кукуруза и подсолнечник.

Деятельность предприятия за 2023–2025 гг. являлась недостаточно эффективной, поскольку привела к сокращению валовой прибыли на 96421 тыс. руб., прибыли от продаж на 100249 тыс. руб. и чистой прибыли на 133877 тыс. руб. (рисунок 2).

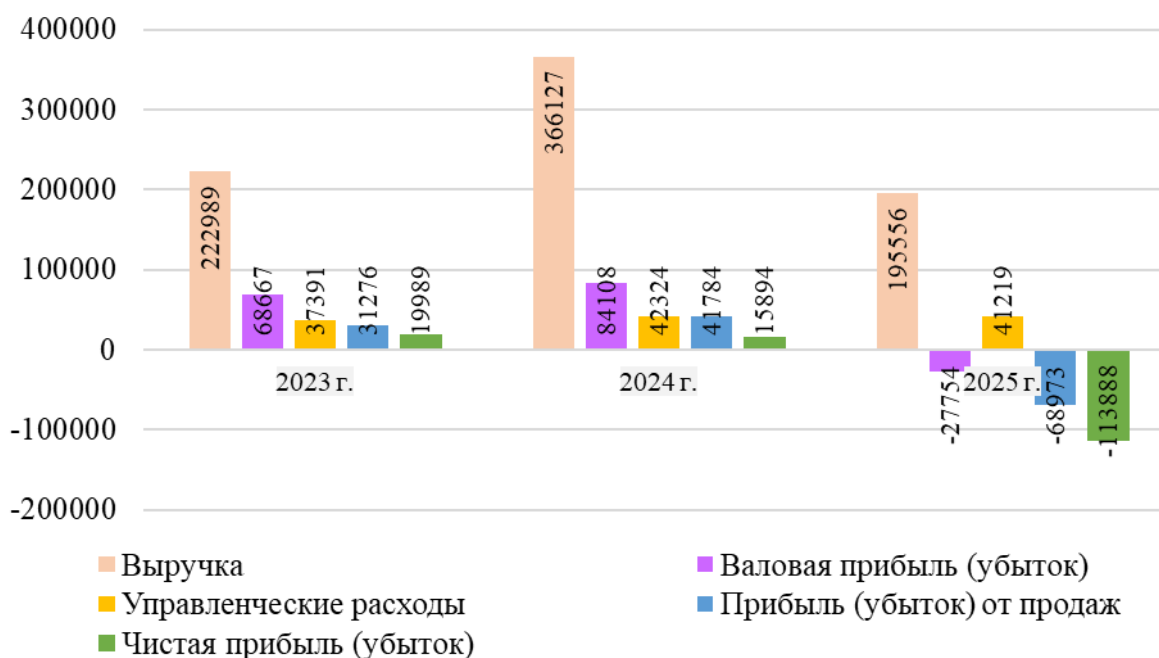


Рис. 2. Динамика основных финансовых показателей сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края за 2022-2025 гг., тыс. руб.

Планирование использования материально-технических ресурсов осуществляется в соответствии с основными этапами планирования. Показатели эффективности управления материальными ресурсами сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края за 2023–2025 гг. представим в таблице 1.

Таблица 1

Показатели эффективности планирования материально-технических ресурсов сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края за 2023–2025 гг.

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2025 г. в % к 2023 г.
Запасы, тыс. руб.	199794	172810	135700	67,9
Себестоимость продаж, тыс. руб.	154322	282022	223310	144,7
Коэффициент оборачиваемости (раз)	0,77	1,63	1,65	214,3
Период оборота запасов, дней	474	224	221	46,6
Доля запасов в оборотных активах, %	82,2	74,1	80,3	97,7

Данные таблицы позволяют сделать вывод, что в 2023 году организация планирования материально-технических ресурсов сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края была осуществлена неэффективно, так как срок оборота материальных ресурсов составлял 474 дня, что говорит о большом количестве ресурсов на складах предприятия. Однако к 2024 году была проведена успешная работа по оптимизации планов закупок, что позволило сократить период оборота до 224 дней, увеличив отдачу от каждой единицы запасов более чем в два раза. В 2025 году период оборота запасов удалось сократить до 221 дня, что на 253 дня меньше, чем в 2023 году.

Следует сказать, что организация планирования материально-технических ресурсов сегодня сталкивается с рядом взаимосвязанных проблем: недостаточная точность составления прогнозов; отсутствие единой информационной системы, обеспечивающей планирование материально-технических ресурсов; неэффективное управление запасами, что приводит к простоям, перерасходу денежных средств предприятия и снижению его конкурентоспособности. Для решения этих проблем рекомендуется внедрять современные ERP-системы для автоматизации и централизации экономических данных, регулярно пересматривать нормы расходов, налаживать тесное взаимодействие между отделами снабжения, производства и планирования, диверсифицировать базу поставщиков, использовать методы «точно в срок» и оптимизировать складские запасы с помощью аналитических инструментов.

Такой комплексный подход позволяет повысить прозрачность процессов, снизить издержки и обеспечить бесперебойную работу предприятия.

Список литературы

- 1 Алиханова Д.Х., Сулейманова Д.А. Анализ использования материальных ресурсов // *Мировая наука*. – 2020. – № 5 (38). – С. 130–134.
- 2 Гаджиева Н.А., Магомедова З.О. Анализ эффективности использования материальных ресурсов // *Мировая наука*. – 2019. – № 4 (25). – С. 247–249.
- 3 Зинченко А.Ю., Голодко Д.Л., Нормова Т.А. Анализ эффективности использования материальных ресурсов // В сборнике: *Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики и финансов. Сборник научных трудов 7-й Всероссийской научно-практической конференции*. – Курск, 2021. – С. 97–102.
- 4 Неструев И.В. Планирование эффективного использования материальных ресурсов // *Поколение будущего: взгляд молодых ученых-2019. Сборник научных статей 8-й Международной молодежной научной конференции*. – 2019. – Т. 1 – С. 318–321.

© Гурнович Т.Г., Белецкая Е.М., Мяснищева А.О.,
Рогожин С.Н., 2026

АНТИКРИЗИСНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПАРАДОКС СОКРАЩЕНИЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА КАК ДРАЙВЕР РОСТА ПРОДАЖ

Кусова Мария Заурбековна
Риб Елизавета Алексеевна
Варзиева Мадина Валерьевна
Гусова Камилла Тимуровна
студенты

Кучиева Ирина Хазбиевна
к.э.н., доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма
Северо-Осетинский государственный университет
им. К.Л. Хетагурова, г. Владикавказ

Аннотация: В статье анализируется парадоксальный феномен современного антикризисного маркетинга: ситуации, когда сокращение рекламного бюджета приводит к росту продаж. На основе анализа источников авторы обосновывают, что данный эффект не является случайным, а возникает при выполнении ряда условий: высокий уровень спонтанной узнаваемости бренда, наличие сильного сарафанного радио и способность реинвестировать сэкономленные средства в осязаемый сервис. Рассматриваются три механизма работы парадокса (медийная усталость, переток в качество, активация триггерных каналов), предлагается модель принятия решения о сокращении рекламного бюджета и анализируются практические кейсы. Особое внимание уделяется разграничению ситуаций, в которых стратегия «маркетинговой тишины» работает, и тех, где она ведёт к провалу.

Ключевые слова: антикризисный маркетинг, рекламный бюджет, медийная усталость, баннерная слепота, NPS, ROMI, транзакционные издержки коммуникации, сарафанное радио, триггерные каналы.

ANTI-CRISIS MARKETING: PARADOX OF ADVERTISING BUDGET REDUCTION AS A DRIVER OF SALES GROWTH

Kusova Maria Zaurbekovna
Rib Elizaveta Alekseevna
Varzieva Madina Valeryevna
Gusova Kamilla Timurovna
Kuchieva Irina Khazbievna

Abstract: The article analyzes a paradoxical phenomenon of modern crisis marketing: situations where a reduction in the advertising budget leads to an increase in sales. Based on the analysis of sources, the authors substantiate that this effect is not accidental, but occurs when a number of conditions are met.: a high level of spontaneous brand awareness (top-of-mind), the presence of strong word-of-mouth, and the ability to reinvest saved funds into tangible service improvements. The paper examines three mechanisms of the paradox (media fatigue, reallocation to quality, activation of trigger channels), proposes a decision-making model for advertising budget reduction, and analyzes practical cases. Special attention is paid to distinguishing situations where the "marketing silence" strategy works from those where it leads to failure.

Key words: crisis marketing, advertising budget, media fatigue, banner blindness, NPS, ROMI, transaction costs of communication, word-of-mouth, trigger channels.

В деятельности современной компании обнаруживается устойчивое противоречие. В условиях экономической нестабильности менеджмент традиционно стремится сократить «необязательные» статьи расходов, и рекламный бюджет оказывается под ударом в первую очередь. Классическая маркетинговая теория утверждает: сокращение рекламного бюджета ведёт к падению узнаваемости и, с лагом в 3–6 месяцев, к снижению продаж. Однако практика кризисов 2020–2025 годов выявила феномен, противоречащий этой аксиоме. Ряд компаний, полностью отключив баннерную, ТВ- и медийную рекламу, фиксировали рост выручки на 10–25% без изменения цены и продукта.

Как справедливо отмечают исследователи антикризисных коммуникаций, «в условиях информационной перегрузки традиционное рекламное давление сталкивается с эффектом убывающей предельной полезности, а в ряде случаев — с отрицательной отдачей» [2, с. 112]. Практика последних двух лет показывает, что потенциал антикризисной оптимизации рекламных бюджетов значительно шире, чем простое сокращение издержек: при определённых условиях отказ от рекламы начинает работать как самостоятельный драйвер продаж.

Цель данной работы — выявить условия, механизмы и ограничения парадоксального эффекта, при котором сокращение рекламного бюджета приводит к росту продаж, и предложить модель принятия управленческого решения в этой области.

Ключевое изменение заключается в переходе от понимания «рекламы как охвата» к пониманию «коммуникации как нагрузки на потребителя». Появляется понятие «коммуникационного предела»: «существует порог информационного воздействия на потребителя, после превышения которого дополнительные рекламные сообщения не просто неэффективны, но и разрушают доверие, провоцируя избегание бренда» [1]. Парадокс «меньше рекламы — больше продаж» объясняется тремя основными эффектами:

Эффект 1: Медийная усталость и баннерная слепота. Современный потребитель находится в состоянии хронической информационной перегрузки. Так средний житель мегаполиса видит до 5 000 рекламных сообщений в день. В таких условиях рост рекламного давления приводит к снижению доверия и блокировке восприятия — феномену, известному как «баннерная слепота». Прекращение назойливой рекламы воспринимается как «информационная тишина», на фоне которой органические упоминания и сарафанное радио работают с кратно более высокой эффективностью. Таким образом, «потребители всё чаще интерпретируют агрессивную рекламу как маркер высоких издержек бренда, заложенных в цену, и в кризис сознательно избегают таких продуктов».

Эффект 2: Переток бюджета в сервис и качество. Компании, урезающие рекламу, часто реинвестируют высвободившиеся средства в логистику, качество поддержки или улучшение продукта. Именно эти факторы в кризис становятся главными драйверами лояльности, тогда как имиджевая реклама воспринимается потребителем как лишняя трата. Это показывает, что «в период падения реальных доходов потребители переключаются с эмоциональных критериев выбора (узнаваемость, имидж) на рациональные (скорость доставки, простота возврата, качество сервиса)» [2].

Эффект 3: Активация триггерных каналов. Вместо «прогрева» широких масс компании переходят к транзакционным коммуникациям — уведомлениям о статусе заказа, персонализированным предложениям брошенной корзины, e-mail рассылкам с полезным контентом. Такие сообщения имеют CTR в 5–10 раз выше, чем медийная реклама, и напрямую конвертируются в продажи, поскольку направлены не на формирование спроса, а на его реализацию. Подчеркивается: «переход от широкого охвата к точечным триггерным взаимодействиям снижает транзакционные издержки коммуникации в 3–4 раза при сопоставимой конверсии» [6].

Четыре условия, при которых сокращение рекламного бюджета работает как драйвер роста продаж.

Первое: высокий уровень спонтанной узнаваемости бренда (top-of-mind). Если бренд уже является категорийным лидером и вспоминается потребителем первым при упоминании категории, дальнейшая медийная поддержка имеет убывающую, а часто и отрицательную предельную полезность. Так можно сказать, что «раскрученный бренд продолжает работать на инерции доверия ещё 6–12 месяцев даже при нулевых рекламных инвестициях» [5].

Второе: низкая дифференциация продукта. На рынках стандартизированных товаров (бутилированная вода, бумажная продукция, базовая бытовая химия) потребитель в кризис не ищет уникальности — он ищет доступность и предсказуемость качества. Реклама в таких сегментах не формирует дополнительной ценности, а лишь увеличивает цену. Исключение составляют случаи, когда реклама информирует о реальных улучшениях продукта, а не о «глубинных смыслах».

Третье: наличие сильного сарафанного радио. Если NPS (Net Promoter Score, индекс потребительской лояльности) превышает 50%, органический траст перекрывает платное продвижение. В этой ситуации каждый сокращённый рубль рекламного бюджета, инвестированный в повышение качества сервиса, генерирует больше новых клиентов через рекомендации, чем через прямой рекламный контакт.

Четвёртое: кризисное поведение потребителя. В условиях падения доходов и роста неопределённости покупатель начинает избегать «лишних» трат и подсознательно отождествляет агрессивную рекламу с высокими издержками бренда.

Практическая реализация стратегии может быть проиллюстрирована следующим примером. Крупный российский маркетплейс во втором квартале 2022 года сократил медийный рекламный бюджет на 40% (были отключены наружная реклама и большая часть телевизионных роликов). Высвобожденные средства были направлены на субсидирование бесплатной доставки и расширение пунктов выдачи. Результат: падение трафика на главную страницу составило 12%, но конверсия в покупку выросла на 28% за счёт снижения «порога принятия решения», а общая выручка увеличилась на 9% при росте маржинальности на 5 п.п. (поскольку исчезли рекламные расходы).

На основе выделенных условий предлагается двухэтапный алгоритм принятия решения, интегрирующий количественные и качественные критерии.

Этап 1. Диагностика эффективности текущих рекламных инвестиций. Компании необходимо рассчитать ROMI (Return on Marketing Investment) для каждого канала за последние 6–12 месяцев. Если ROMI снижается при росте

бюджета — канал находится в зоне перенасыщения. Дополнительным индикатором является динамика CTR и CPC: если цена клика растёт быстрее, чем конверсия, канал работает неэффективно.

Этап 2. Анализ источников продаж. Оценить долю прямых заходов (direct), поиска по бренду и рекомендаций в общей структуре продаж. Если их сумма превышает 60%, медийная реклама может быть сокращена без ущерба. Если же основным драйвером является контекстная реклама по небрендовым запросам — её сокращение приведёт к немедленному падению продаж.

Этап 3. Оценка способности реинвестировать. Ключевой вопрос: может ли компания направить сэкономленные средства в улучшение сервиса, логистики или продукта? Если нет — эффекта не будет, сокращение бюджета просто уменьшит издержки, но не увеличит продажи. Если да — необходимо ранжировать направления реинвестирования по ожидаемому приросту NPS.

Этап 4. Тестирование. Прежде чем полностью отключать крупные каналы, рекомендуется провести A/B-тест на сопоставимых географических или продуктовых сегментах в течение 4–6 недель.

Таблица 1

Типология ситуаций: сокращать рекламный бюджет или нет

Характеристика	Сокращать → рост продаж	Не сокращать → падение продаж
Узнаваемость	Высокая (>40% в категории)	Низкая(< 15%)
NPS	>50%	30%
Рыночная динамика	Стабильная/падающая	растущая
Товарная категория	Повседневный спрос	Сложный/дорогой
Возможность реинвестирования	Есть, в улучшение сервисс	Нет, сокращение в прибыль
Доля прямых продаж	>60%	<40%

Источник: составлено авторами на основе 1;2;5.

Вместе с тем, было бы некорректно полагать, что сокращение рекламного бюджета автоматически решает все маркетинговые проблемы.

Исследования выделяют несколько критических ограничений.

Первое: стратегия не работает для новых брендов. Если бренд присутствует на рынке менее 2 лет или его спонтанная узнаваемость ниже 15%, прекращение рекламной поддержки ведёт к быстрому забвению. Подчеркивается, что «на этапе вывода продукта на рынок реклама выполняет не коммуникационную, а когнитивную функцию — создание ментальной модели категории»[6].

Второе: неприменимость для товаров с длинным циклом сделки. В B2B-сегменте, при продаже дорогостоящего оборудования или сложных услуг, реклама часто выполняет функцию «поддержания присутствия» при принятии решения, которое может растягиваться на годы. В таких случаях сокращение бюджета даст эффект только через 12–18 месяцев, и он будет отрицательным.

Третье: риск потери органического трафика. Для компаний, чья бизнес-модель основана на поисковом трафике (SEO), медийная реклама может косвенно влиять на ранжирование (через брендовые запросы). Резкое сокращение может вызвать каскадное падение позиций.

Четвёртое: так называемый «эффект информационного вакуума». Если конкурент не сокращает рекламу, а напротив — усиливает её, отказ от коммуникации может быть интерпретирован потребителем как сигнал слабости или проблем с ликвидностью. Это особенно опасно в финансовом секторе.

Практические рекомендации, вытекающие из проведённого анализа, могут быть сформулированы следующим образом.

1. Начинать не с сокращения, а с аудита эффективности. Необходимо рассчитать ROMI по каждому каналу за последние 6–12 месяцев и выделить каналы с отрицательной или нулевой отдачей. Именно они подлежат сокращению в первую очередь.

2. Перед сокращением измерить NPS. Если индекс лояльности ниже 30%, сокращение рекламы без параллельных инвестиций в сервис приведёт к падению продаж. Сначала — рост качества, потом — сокращение рекламы.

3. Реинвестировать, а не экономить. Высвобожденные средства должны быть видимы для потребителя: снижение цен, ускорение доставки, расширение гарантии, улучшение клиентской поддержки. Так как ожидаемые выгоды от изменений должны быть очевидны для всех участников процесса.

4. Сохранить минимальное присутствие в поиске. Даже при полном отказе от медийной рекламы целесообразно сохранить контекстную рекламу по

брендовым запросам и ретаргетинг. Стоимость этих каналов невелика, а потерять их — значит отдать «тёплый» трафик конкурентам.

5. Быть готовыми к обратному переключению. Рынки цикличны: как только потребительская уверенность восстанавливается, эмоциональные и имиджевые факторы снова выходят на первый план. Компания должна иметь план наращивания рекламной активности при изменении макроэкономической конъюнктуры.

Таким образом, редукция рекламного бюджета, рассматриваемая как катализатор роста объёмов реализации, не является универсальным маркетинговым принципом, а представляет собой ситуационную стратегию, эффективную лишь при соблюдении строго детерминированного набора условий. К числу ключевых детерминант успеха относятся: высокий уровень спонтанной узнаваемости бренда (top-of-mind), выраженное влияние межличностных коммуникаций (величина NPS, превышающая 50%), низкая степень продуктовой дифференциации, а также способность предприятия реинвестировать высвобождаемые финансовые ресурсы в материальные улучшения сервисного обслуживания. Отсутствие любого из перечисленных факторов инициирует один из двух негативных сценариев: либо сокращение выручки, либо краткосрочную экономию без позитивной динамики продаж.

Организации, интерпретирующие антикризисную оптимизацию рекламных расходов не как вынужденное паническое урезание, а как стратегическое перераспределение ресурсов с экстенсивных охватных коммуникаций на интенсивное повышение качества обслуживания, приобретают конкурентное превосходство, выражающееся в ускоренной адаптации к рыночным изменениям и росте потребительской лояльности. В свою очередь, компании, продолжающие трактовать рекламный бюджет как неприкосновенную статью затрат, в условиях кризиса подвергают себя риску нецелевого расходования средств на коммуникационные каналы, демонстрирующие нулевую или отрицательную результативность и провоцирующие отторжение со стороны аудитории.

Перспективные направления дальнейших исследований в данной области целесообразно структурировать по трём векторам. Во-первых, разработка отраслевых нормативов показателя ROMI, интегрирующих фактор кризисной фазы экономического цикла. Во-вторых, эмпирическое изучение динамики «порога коммуникационного перенасыщения» в когортном разрезе (поколения Z и Alpha). В-третьих, анализ корреляционных связей между редукцией рекламного бюджета и долгосрочной эластичностью бренда по цене и

лояльности. Лишь комплексная методология, синтезирующая количественную оценку коммуникационной эффективности, инструментарий поведенческой экономики и учёт отраслевой специфики, позволяет коммерческой организации принимать обоснованные решения относительно оптимизации рекламных бюджетов в периоды экономической турбулентности.

Список литературы

1. Беляев А.А., Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 311 с. — URL: <http://elib.fa.ru/ebook/Belyaev-crisis-management.pdf> (дата обращения: 23.06.2026).

2. Тагаева К.И., Шиванова Р.О., Рожнова Е.А. Маркетинг в антикризисном управлении. Особые инструменты // Успехи современного естествознания. — 2012. — № 4. — С. 124–125. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17869157> (дата обращения: 23.06.2026).

3. Волков А.И., Марахотина М.О. Роль маркетинга в антикризисном управлении // Экономика и социум. — 2016. — Вып. 1(20). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketinga-v-antikrizisnom-upravlenii> (дата обращения: 23.06.2026).

4. Бельских И.Е. Институциональные основы рекламы и паблик рилейшнз фирмы в современной экономике // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — № 36. — С. 15–24. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnye-osnovy-reklamy-i-pablik-rileyshnz-firmy-v-sovremennoy-ekonomike/viewer>.

5. Халилов В.А., Торбеева М.А. Антикризисный маркетинг // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antikrizisnyy-marketing> (дата обращения: 23.06.2026).

6. Шарнопольская О.Н., Курган Е.Г., Шумаева Е.А. и др. Стратегия интеграционного антикризисного развития социально-экономических систем: методический аспект. — Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2020. — 95 с. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43441985> (дата обращения: 23.06.2026).

© Кусова М.З., Риб Е.А., Варзиева М.В.,
Гусова К.Т., Кучиева И.Х., 2026

**СЕКЦИЯ
ТЕХНИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДОВ АДАПТИВНЫХ ЗУБЧАТЫХ КОЛЁС С ЦЕЛЬЮ УЛУЧШЕНИЯ ПАРАМЕТРОВ ЗУБЧАТОЙ ПЕРЕДАЧИ

Максимов Кирилл Анатольевич

Бобров Семен Иванович

студенты

Научный руководитель: **Волков Глеб Юрьевич**

д.т.н., профессор

ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет»

Аннотация: В статье проведен поиск технических решений адаптивного зубчатого колеса с применением методов эвристики. На первом этапе исследования построено «И/ИЛИ – дерево», позволившее определить возможные направления развития конструкции и выделить допустимые сочетания признаков. На втором этапе на основе полученного «дерева» составлена морфологическая таблица, в которой систематизированы возможные варианты адаптивного составного колеса. На основании сравнительного анализа вариантов-клеток этой таблицы предложена новая конструкция составного зубчатого колеса.

Ключевые слова: адаптивное зубчатое колесо, компенсация погрешностей, эвристика, обобщённая структура, «И/ИЛИ – дерево», морфологическая таблица, составное колесо.

RESEARCH OF TYPES OF ADAPTIVE GEARS IN ORDER TO IMPROVE THE PARAMETERS OF THE GEAR TRANSMISSION

Maksimov Kirill Anatolyevich

Bobrov Semyon Ivanovich

Scientific adviser: **Volkov Gleb Yurievich**

Abstract: The article searches for technical solutions for adaptive gears using heuristic methods. At the first stage of the study, an «I/OR tree» was built, which made it possible to identify possible directions for the development of the structure and identify acceptable combinations of features. At the second stage, based on the obtained «tree», a morphological table was compiled, in which possible variants of the adaptive composite wheel are systematized. Based on a comparative analysis of the cell variants in this table, a new composite gear design is proposed.

Key words: adaptive gear, error compensation, heuristics, generalized structure, AND/OR tree, morphological table, composite wheel.

Зубчатые передачи относятся к числу наиболее распространённых элементов машин и механизмов, что обусловлено их компактностью, высокой нагрузочной способностью и стабильностью передаточного отношения. Вместе с тем в процессе эксплуатации они часто работают в условиях перекоса осей, неточностей изготовления, монтажных отклонений и упругих деформаций элементов конструкции. Указанные факторы вызывают неравномерное распределение нагрузки по ширине венца, рост контактных напряжений, увеличение вибрации и снижение долговечности передачи.

В связи с этим актуальной задачей является разработка конструктивных решений, способных компенсировать влияние неизбежных отклонений. Одно из перспективных направлений решения этой задачи состоит в использовании составных зубчатых колёс, обладающих возможностью самоустановки и частичной компенсации деформаций за счёт особенностей собственной конструкции.

В настоящее время известны несколько конструкций адаптивных зубчатых колёс. Одной из них является составное зубчатое колесо с упругими спицами (Патент RU 221909) (рисунок 1), в котором зубчатый венец и ступичный участок соединены вырезанными спицами различной формы. Данная схема проста в изготовлении, однако применима только при достаточно больших радиальных размерах зубчатого колеса.

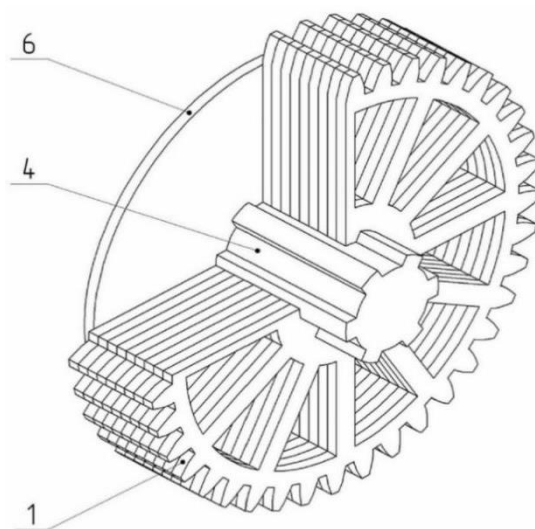


Рис. 1. Патент RU 221909 «Составное зубчатое колесо с упругими спицами»

В другой конструкции используются фрикционные диски (Патент SU 1216494) (рисунок 2). В ней между зубчатыми дисками эпициклического колеса планетарной передачи размещены разделительные элементы, входящие во фрикционное взаимодействие при осевом сжатии. Подобные решения используются в патентах RU 2836493, RU 240 218, RU 2029187, RU 2424458 (Волков, Безгодков, Ратманов). Эти решения повышают нагрузочную способность и снижают виброактивность передачи, однако сопровождаются усложнением конструкции.

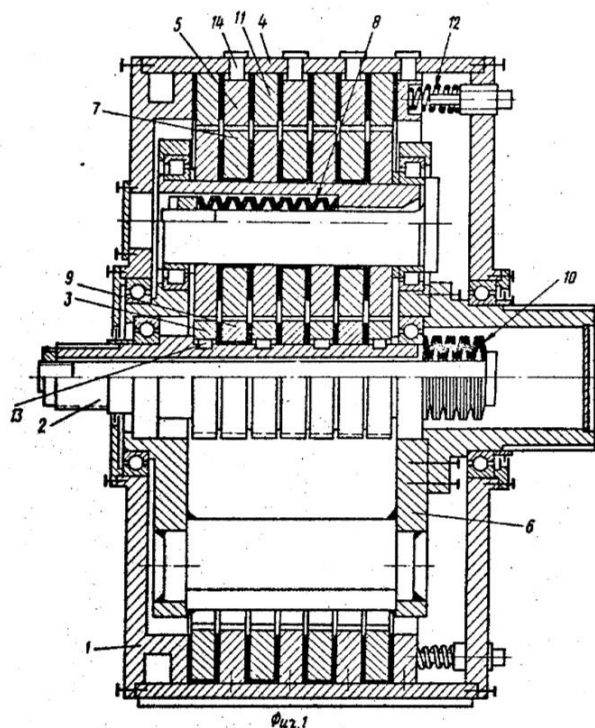


Рис. 2. Патент СССР SU1216494 — советский патент 1986 года на изобретение «Планетарная передача» Леонида Михайловича Ивачёва. «Составное зубчатое колесо с фрикционными дисками»

Известно спиралевидное фрикционно-профильное соединение (Патент RU 240 218) (рисунок 3), обеспечивающее повышение нагрузочной способности при наличии погрешностей изготовления и деформаций звеньев. Взаимодействие элементов конструкции обеспечивается силами трения, возникающими между коническим участком вала, втулкой и внутренней цилиндрической поверхностью каждого диска. Наличие кольцевых вырезов

повышает податливость дисков, а разрезная втулка создаёт условия для самоустановки и надёжного закрепления колеса, тем самым обеспечивается снижение чувствительности передачи к технологическим и эксплуатационным отклонениям. Данная конструкция требует сложной обработки сопрягаемых поверхностей.

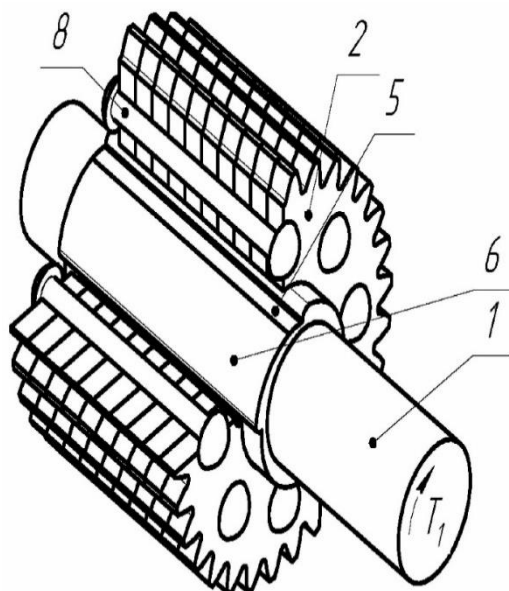


Рис. 3. Патент RU 240218

«Составное зубчатое колесо со спиралевидным соединением»

Известна конструкция с фрикционными дисками (Патент RU 2836493), в которой между зубчатыми дисками размещены разделительные элементы, входящие во фрикционное взаимодействие при осевом сжатии. Это повышает нагрузочную способность и снижает виброактивность передачи, однако сопровождается усложнением конструкции.

Цель данной статьи состоит в обобщении известных конструкций адаптивных составных зубчатых колёс и анализе возможностей их совершенствования с использованием эвристики, то есть методов инженерного творчества, ориентированных на системный поиск новых технических решений.

К числу таких методов относятся: морфологический анализ, метод эвристических приёмов, функционально-стоимостный анализ и иные подходы к синтезу технических объектов. В инженерной практике подобные методы позволяют структурировать пространство поиска и перейти от интуитивного подбора вариантов к обоснованному формированию новых комбинаций признаков.

Главная роль в настоящем исследовании отведена методу обобщённых структур. Данный метод позволяет представить техническую задачу в виде совокупности признаков, элементов и вариантов их сочетания, а затем выявить рациональные комбинации, обладающие изобретательским потенциалом. В наглядной форме он реализуется через построение дерева «И/ИЛИ», где ветви отражают альтернативные направления развития конструкции, а узлы фиксируют совмещение признаков, необходимых для получения работоспособного решения.

При применении метода обобщённых структур целесообразно опираться на понятие элементарных систем, под которыми понимаются простейшие технические системы, обладающие минимальным набором признаков, достаточных для описания их строения и функционирования. При анализе таких систем следует учитывать три аспекта: конструктивный, функциональный и конструктивно-функциональный. Конструктивный аспект отражает состав, форму и взаимное расположение элементов; функциональный аспект характеризует выполняемое действие или передаваемый эффект; конструктивно-функциональный аспект объединяет строение и функцию в едином техническом решении. Именно третий аспект наиболее значим для инженерного поиска.

Применительно к рассматриваемому объекту (адаптивному зубчатому колесу) была составлена следующая обобщённая структура – рис. 4.



Рис. 4. «И/ИЛИ дерево»

Большинство уровней этой обобщённой структуры характеризуются союзом «ИЛИ», однако на одном из ветвлений стоит союз «И». Составим для него морфологическую таблицу – таблица 1.

Таблица 1

Морфологическая таблица возможных направлений синтеза адаптивных зубчатых колес

Принцип адаптивности	Соединение с валом (втулкой)							
	Шлицы		Клеммы		Цанга		Спираль (резьба)	
	Вал	Втулка	Вал	Втулка	Вал	Втулка	Вал	Втулка
Упругие вставки	+	+	-	-	+	+	+	+
Кольцевые вырезы	+	+	-	+ -	+	+ -	+	+
Упругие спицы	Патент RU 221909	-	-	-	+ -	-	??	??
Трение по конусам	-	-	-	-	Наше изобретение	+	-	-
Трение по цилиндрам	-	-	-	+			Патент RU 240 218	-
Трение по торцам	Патент RU 2836493	+	-	-	-	-	-	-

В этой таблице сочетания параметров, представляющиеся удачными, обозначены знаком «+», а невозможные или нецелесообразные сочетания – знаком «-». Символ «+ -» – это возможные сочетания, но без определённой области применения, требующие дополнительного изучения, а символ «??» — перспективные варианты, подлежащие углублённой проработке. В таблице также приведены известные патентные решения как аналоги, используемые для сравнения конструктивных вариантов. Собственное новое техническое решение в данной работе не раскрывается подробно. Оно обозначается лишь как перспективный результат, возникающий на пересечении выбранных признаков и подлежащий дальнейшему патентному оформлению.

Заключение

Принятый порядок исследования обеспечил последовательный переход от общего множества возможных решений к их структурированному анализу.

Проведённый сравнительный анализ показал, что известные адаптивные зубчатые колёса обладают определёнными преимуществами, однако каждое из них имеет ограничения, связанные либо со сложностью изготовления, либо с недостаточной универсальностью. В результате были выявлены наиболее рациональные сочетания признаков, среди которых особый интерес представляет конструкция составного зубчатого колеса с кольцевыми вырезами и разрезной втулкой. Такое решение обеспечит снижение чувствительности зубчатой передачи к погрешностям изготовления и деформациям, при этом оно является достаточно технологичным.

Список литературы

1. Волков Г.Ю., Ратманов Э.В., Курасов Д.А. Адаптивная система коррекции погрешностей наклона зубьев в зубчатых передачах // Вестник машиностроения. – 2013. – №3. – С. 14–16.
2. Волков Г.Ю. Методология проектирования и основы инженерного творчества / Курган: Курганский государственный университет, 2007 – 61 с.
3. Половинкин А. И. Основы инженерного творчества / – 3-е изд. – СПб: Лань, 2007 – 368 с.
4. Полез. модель 221909 U1 РФ, МПК F16H 55/12. Составное зубчатое колесо / В. В. Смирнов, Г. Ю. Волков, К. В. Безгодов; патентообладатель Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Курганский гос. ун-т». – № 2023123435; заявл. 11.09.2023; опубл. 29.11.2023. – 9 с.
5. Полез. модель 240218 U1 РФ, МПК F16H 55/12. Составное зубчатое колесо / Н.С. Анищенко Г.Ю. Волков; К. В. Безгодов; патентообладатель Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Курганский гос. ун-т». – № 2025121173; заявл. 31.07.2025; опубл. 26.12.2025. – 9 с.
6. Пат. 2836493 С1 РФ, МПК F16H 55/12. Составное зубчатое колесо / Г. Ю. Волков, К. В. Безгодов; патентообладатель Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Курганский гос. ун-т». – № 2024125523; заявл. 30.08.2024; опубл. 17.03.2025. – 12 с.
7. Пат. 1216494 А1 СССР, МПК F16H 1/28. Планетарная передача Ивачева Л. М. / Ивачев Л. М. – № 843718768; заявл. 29.03.1984; опубл. 07.03.1986. – 4 с.

8. Пат. 2029187 С1 РФ. Приводной блок зубчатой передачи / И. П. Абрамов; патентообладатель И. П. Абрамов. – № 5030004/28; заявл. 28.02.1992; опубл. 20.02.1995. – 6 с.

9. Волков Г. Ю., Безгодков К. В. Анализ компенсаторных возможностей зубчатых колёс, составленных из отдельных дисков // Вестник ИЖГТУ имени М. Т. Калашникова. – 2024. – №4. – С. 4–13.

© Максимов К.А., Бобров С.И., 2026

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ЛУЧШИЙ НАУЧНЫЙ ДЕБЮТ 2026

Сборник статей

Международного конкурса молодых учёных,
состоявшегося 22 июня 2026 г. в г. Петрозаводске.

Ответственные редакторы:

Ивановская И.И., Кузьмина Л.А.

Подписано в печать 24.06.2026.

Формат 60x84 1/16. Усл. печ. л. 8.2.

МЦНП «НОВАЯ НАУКА»

185002, г. Петрозаводск

ул. С. Ковалевской д.16Б помещ. 35

office@sciencen.org

www.sciencen.org

16+

НОВАЯ НАУКА

Международный центр
научного партнерства



NEW SCIENCE

International Center
for Scientific Partnership

МЦНП «НОВАЯ НАУКА» - член Международной ассоциации издателей научной литературы «Publishers International Linking Association»

ПРИГЛАШАЕМ К ПУБЛИКАЦИИ

1. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-практических конференций

<https://www.sciencen.org/konferencii/grafik-konferencij/>



2. в сборниках статей Международных
и Всероссийских научно-исследовательских,
профессионально-исследовательских конкурсов

<https://www.sciencen.org/novaja-nauka-konkursy/grafik-konkursov/>



3. в составе коллективных монографий

<https://www.sciencen.org/novaja-nauka-monografii/grafik-monografij/>



<https://sciencen.org/>