

ТРУДЫ

института бизнес-коммуникаций

Том 10

2022

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

ТРУДЫ
ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

Научное издание

2022 • Том 10

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

Санкт-Петербург
2022

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

T78

Редакционная коллегия:

- д-р техн. наук, доцент *Н. Н. Рожков* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)
д-р экон. наук, профессор *М. Н. Титова* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)
канд. пед. наук, доцент *М. Э. Вильчинская-Бутенко* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)
канд. культурологии, доцент *О. Н. Судакова* (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)
канд. культурологии, доцент *Ю. В. Зиновьева* (Санкт-Петербургский государственный институт культуры)
канд. ист. наук *Д. М. Омельченко* (Библиотека Российской академии наук)
канд. искусствоведения, доцент *Е. М. Дележа* (Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения)

T78 *Труды института бизнес-коммуникаций. Т. 10 / Минобрнауки РФ ; ФГБУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна» ; под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. – Санкт-Петербург: СПбГУПТД, 2022. – 130 с.*

ISBN 978-5-7937-2078-6

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

УДК 3:7:65(082.1)

ББК 6/8я43

ISBN 978-5-7937-2078-6

© ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2022.

СОДЕРЖАНИЕ

Памяти Банщиковой Галины Ивановны 5

АРХИВОВЕДЕНИЕ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ

Вольская О. А. ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ» 6

Пряхина В. А. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОХРАННОСТИ ДОКУМЕНТОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ 11

Баданова Е. С. ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО ДОКУМЕНТООБОРОТА И ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В СУДЕ 15

Жильцова П. В. АНАЛИЗ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА КОМПАНИИ 19

Мокану Т. Г. АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ 28

Сойкина К. Е. ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ПЕРЕХОДА ОРГАНИЗАЦИЙ НА ЭЛЕКТРОННЫЕ ТРУДОВЫЕ КНИЖКИ 35

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Вильчинская-Бутенко М. Э. ПОСТГРАФФИТИ КАК КРЕАТИВАЯ ИНДУСТРИЯ 50

Маслов М. М. ДИЗАЙН ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКИ В ТРУДАХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ 56

Саван В. АРАБСКАЯ КАЛЛИГРАФИЯ КАК ВИД ИСКУССТВА 64

Строгая Н. А. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИСКУССТВОВЕДЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ОПИСАНИЯ ОБЪЕКТОВ УРБАНИСТИЧЕСКОГО ИСКУССТВА 72

- Шигорина В. Н.* ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ АВТОРОВ 83

ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- Байбатырова Н. М.* РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТЕМЫ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ COVID-19 90

- Смирнова В. В., Суперова Е. В.* ПРОДВИЖЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА УНИВЕРСИТЕТА В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ 97

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

- Гальченко И. С.* ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ 104

- Каменева С. Е., Скороходова Е. С.* ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ ТОТАЛИЗАТОРСКОГО СЕРВИСА И ИППОДРОМОВ РОССИИ 110

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Кадер А. С.* СУБКУЛЬТУРА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В ИССЛЕДОВАНИЯХ ЧИКАГСКОЙ ШКОЛЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЭКОЛОГИИ И БИРМИНГЕМСКОГО ЦЕНТРА СОВРЕМЕННЫХ КУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ 116

- Тимошкина Н. А.* КЛАССНОЕ РУКОВОДСТВО В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ 123

Сведения об авторах 128

**ПАМЯТИ
БАНЩИКОВОЙ ГАЛИНЫ ИВАНОВНЫ**



В октябре 2021 года кафедра истории и теории дизайна и медиакоммуникаций понесла тяжёлую утрату. На 74-м году жизни после трудной борьбы с тяжёлой болезнью от нас ушла кандидат педагогических наук, доцент Банщикова Галина Ивановна.

Она прожила жизнь добросовестного и честного человека, уважаемого гражданина своей страны, высококлассного профессионала сферы документо-ведения и архивоведения. Наши дружеские встречи будут беднее без ее юмора, мудрости, нескончаемой активности. Её жизнерадостность, предприимчивость, целеустремлённость были для всех примером. Она останется в наших сердцах надёжным товарищем и мудрым советчиком.

Коллеги

ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЕ

УДК 004.056.5

О. А. Вольская

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата педагогических наук*

А. С. Кадера

ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

В статье уделено внимание рассмотрению основных проблем документооборота в структурном подразделении Финляндской дистанции сигнализации, централизации и блокировки. Проведен анализ единой системы управления трудовыми ресурсами – ЕК АСУТР. Предложен ряд шагов для усовершенствования системы документооборота в структурном подразделении ОАО «Российские железные дороги».

Ключевые слова: *электронный документооборот, единая система управления трудовыми ресурсами, ОАО «Российские железные дороги»*

Olga A. Volskaya

*The article was carried out under the scientific supervision
of Candidate of Pedagogical Sciences*

Amir S. Kader

**DOCUMENTATION SUPPORT OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT
IN JSC "RUSSIAN RAILWAYS"**

The article pays attention to the consideration of the main problems of document management in the structural subdivision of the Finnish signaling distance, centralization and blocking. The analysis of the unified system of human resources management - EC ASUTR is carried out. A number of steps are proposed to improve the document management system in the structural subdivision of JSC "Russian Railways".

Keywords: *electronic document management, unified human resources management system, JSC "Russian Railways"*

Одним из основных звеньев транспортной системы РФ является ОАО «Российские железные дороги», на чью долю приходится около 25 % общего пассажирооборота и порядка 47,2 % грузооборота страны [3, с. 7]. Структуру компании образуют 16 железнодорожных и 48 функциональных филиалов по всей России, а также 987 предприятий и 165 дочерних компаний. Являясь одним из крупнейших работодателей в РФ, в основной деятельности которой заняты более 1,3 млн. человек, организация остро нуждалась в автоматизации кадрового учета для увеличения производительности труда и ускорения принятия управленческих решений. Таким инструментом стала Единая корпоративная автоматизированная система управления трудовыми ресурсами (ЕК АСУТР), стартовавшая в 2003 году. Целями, для которых была создана программа ЕК АСУТР, определяются следующими позициями:

- повышение достоверности, полноты и оперативности информации;
- сокращение времени принятия управленческих решений;
- освобождение специалистов от ручного режима выполнения работы;
- представление аналитической информации в виде схем и отчетов;
- повышение квалификации пользователей-специалистов по управлению персоналом [1, с. 42-44], в сферу деятельности которых входит учет и регистрация документов, ведение учета и движения персонала, корректировка табеля учетного времени, поиск и учет кандидатов на

вакантные должности.

Таким образом, все предприятия РЖД имеют Единую корпоративную систему управления трудовыми ресурсами (ЕК АСУТР), предназначенную для решения задач администрирования и управления человеческими ресурсами (расчет графика рабочего времени, заработная плата, отчеты о прохождении медицинской комиссии и охране труда) с заданной точностью и достоверностью, на основе Трудового Кодекса РФ, нормативных и законодательных актов. Систему управления финансовыми и материально-техническими ресурсами образует Единая корпоративная автоматизированная система управления финансами и ресурсами (ЕК АСУФР) [2, с. 7]. Это многофункциональная интеллектуальная многопользовательская человеко-машинная система управления.

В систему ЕК АСУТР входят следующие разделы [2, с. 63-65]:

1. Штатное расписание.
 2. Кадровый учет. Входной информацией для кадрового учета являются первичные документы: паспорт, трудовая книжка, воинский билет, ИНН, страховое пенсионное свидетельство и т. д.
 3. Охрана труда. Результаты сдачи экзаменов по охране труда и электробезопасности, ежегодные отчеты по обучению персонала.
 4. Расчет заработной платы.
 5. Учет временных данных работника и нормативная численность.
- Технологический процесс в системе ЕК АСУТР разделяется на три этапа: первичный (сбор и регистрация информации), основной этап (обработка информации систе-

мой и получение информационного результата), заключительный этап (передача информации пользователю). Каждый год программисты и разработчики усовершенствуют систему ЕК АСУТР и устраняют ряд проблем, связанных с работой электронного документооборота, обновляют пароли и коды защиты. Однако, учитывая, что ЕК АСУТР направлен на поддержание функции учета рабочего времени, расчета заработной платы, нормирования труда, на практике выявляется ряд проблем, связанных с необходимостью усовершенствования электронного документооборота. Некоторые проблемы автор анализирует на примере Финляндской дистанции сигнализации, централизации и блокировки, в которой действует система электронного документооборота ЕК АСУТР и внутренняя корпоративная электронная почта.

Одной из главных (и при этом легко решаемых) проблем Финляндской дистанции сигнализации, централизации и блокировки автору видится устранение ситуаций с аварийным отключением электричества: при отсутствии электроэнергии работа в системе ЕК АСУТР невозможна, введенные данные не сохраняются и не подлежат восстановлению, поскольку система работает в режиме реального времени. В периоды сбоя поставок электроэнергии используются бумажные документы. Устранить данную проблему возможно с помощью использования альтернативных источников электроэнергии (например, бензинового генератора) и источников бесперебойного питания.

Другие проблемы касаются не-

посредственно программного продукта. В ЕК АСУТР можно узнать все личные данные работника: семейное положение, уровень образования, персональные данные, стаж работы, размер заработной платы, график работы, время отпусков и командировок и т. д. При этом, как и у многих других электронных систем, у ЕК АСУТР вопрос безопасности в полной мере не решен: незащищенность от несанкционированного доступа может приводить к утере личной информации, персональных данных сотрудников и документов, содержащих служебную и конфиденциальную информацию. К решению данной проблемы необходимо подойти централизованно, поскольку нарушение безопасности или потеря информации способны нанести ущерб имиджу ОАО «РЖД» и всей электронной системе документооборота. Для решения данной проблемы целесообразно усилить кодировку доступа к данным или установить более сложные пароли для входа в систему.

В ЕК АСУТР имеется система кодировки данных, которая защищает электронный документооборот, а точнее – личные данные сотрудников от несанкционированного доступа третьими лицами. Одновременно это усложняет расшифровку данных на листах заработной платы или на листах о прохождении медицинской комиссии. Исходя из вышесказанного, назрела необходимость разработки дополнений в Инструкцию по работе в ЕК АСУТР в виде отдельной статьи «Как осуществлять кодировку данных». В эту статью необходимо внести обозначения символов и расшифровку цифровых ко-

дов. Это поможет предотвратить несанкционированный доступ третьих лиц и выстроит защиту информации с использованием более сложных паролей.

Усовершенствования, по мнению автора, требует и интерфейс рабочего меню, поскольку оно не имеет обозначений. Работник кадрового отдела, не прошедший обучение по освоению программы, не сможет внести необходимые данные, изменить или отправить документ – требуется специализированное обучение в центре подготовки персонала, повышение квалификации персонала и организация такого обучения, а это лишние финансовые затраты. Если бы разработчики данной программы добавили всплывающие подсказки в интерфейс или справочное меню по каждому пункту, это намного упростило бы работу сотрудника на этапе обучения и способствовало упорядочиванию работы отдела кадров.

Особую сложность у работающих непосредственно с электронным документооборотом вызывает отсутствие функции оповещения о поступлении новых документов и разного рода изменениях, а также об истечении срока хранения того или иного документа. Например: у сотрудника выходит срок прохожде-

ния медицинской комиссии (действует в течение одного года), и сотрудник отдела кадров обязан предоставить работнику путевой лист. Но работнику отдела кадров в потоке ежедневной работы невозможно безошибочно отследить и тем более запомнить, когда сотрудники подразделения проходили предыдущую медицинскую комиссию. Установление в электронном документообороте функций оповещения в виде напоминаний или всплывающих окон на рабочем столе может решить эту проблему, обеспечив оперативность и снижение трудоемкости по обработке информации.

Стоит отметить, что, несмотря на ряд проблем, ЕК АСУТР безусловно показывает высокую результативность, обеспечивая оперативную связь отдела кадров предприятия с информационными системами руководителя, а также системами вышестоящих уровней; данная система ускоряет процесс принятия управленческих решений, что увеличивает производственную активность, потому совершенствование данного инструмента – необходимый этап для дальнейшего эффективного взаимодействия и роста экономических показателей в ОАО «РЖД».

Литература

1. **Басаков, М. И.** Документационное обеспечение управления (с основами архивоведения). Учеб. пособие / М. И. Басаков. Москва: КноРус, 2016. 216 с.
2. **Винокуров Л. Л.** Концептуальный проект системы ЕК АСУТР // Л. Л. Винокуров / Третья очередь. Москва : ОЦРВ, 2005. 160 с.
3. Редакция годового отчета ОАО «РЖД» за 2020 год по итогам утверждения Правительством Российской Федерации (распоряжение Правительства Рос-

Труды института бизнес-коммуникаций. Том 10. 2022

сийской Федерации от 30 июня 2021 г. №1786-р) [Электронный ресурс] – URL: https://ar2020.rzd.ru/download/full-reports/ar_ru_annual-report_spreads_rzd_2020.pdf (дата обращения: 26.05.2021).

4. *Динец, Д. А.* Возможности работы ЕК АСУТР [Электронный ресурс] / Д. А. Динец, О. А. Бутенас // Молодая наука Сибири: электрон. науч. журн. 2021. № 1(11) 2021. – URL: <https://mnv.irkgups.ru/toma/111-2021>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ. (дата обращения: 26.05.2021).

УДК 65.016

В. А. Пряхина

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата культурологии, доцента
О. Н. Судаковой*

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОХРАННОСТИ ДОКУМЕНТОВ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

В статье автор обращает внимание на проблему отсутствия регламентации порядка действий публичных акционерных обществ в случае утраты ими документов и предлагает алгоритм действий для обеспечения надежности хранения информации, в том числе персональных данных и коммерческой тайны.

Ключевые слова: документы, общество с ограниченной ответственностью, утрата, сохранность документов

Valeria A. Pryakhina

*The paper was written under scientific supervision
Candidate of cultural studies, associate professor
Olga N. Sudakova*

THE PROBLEMS OF ENSURING THE SAFETY OF DOCUMENTS IN THE BANKING SPHERE

In the article, the author draws attention to the problem of the lack of regulation of the procedure of actions of public joint stock companies in case of loss of documents by them and suggests an algorithm of actions to ensure the reliability of information storage, including personal data and trade secrets.

Keywords: documents, limited liability company, loss, preservation of documents

В результате деятельности банка, как и любой организации, образуются корпоративные документы. Правильная организация хранения документов позволяет обеспечить надежность хранения

информации, в том числе персональных данных и коммерческой тайны.

Вопросами изучения организации оперативного и архивного хранения документов, нормативного

правового регулирования правоотношений в данной сфере, а также регламентации права доступа к ним и привлечения к ответственности за утрату занимались К. М. Донская [1], А. С. Метлицкая [2], О. В. Осипенко [3], М. М. Сичкарева [6] и другие. В рамках данной статьи автор предполагает рассмотреть проблемы организации хранения документов и обеспечения их сохранности на примере одного из банков – ПАО Сбербанк.

Основной сложностью в процессе хранения банковской документации видится обширный спектр массива документов, формируемый из перечня предоставляемых банком услуг. Для физических лиц это могут быть операции по предоставлению справок, выписок, платежей, операций по обслуживанию счетов и банковских карт. Для юридических лиц операции включают в себя открытие расчетных счетов ИП, оформление расчетно-кассового оборудования (эквайринга), проведение инкассаций и самоинкассаций, оформление чековых книжек и т. п.

Внутренняя документация создается на базе самого банка, например, бухгалтерские и кассовые документы (сшивы). Документы, образующиеся в результате реализации банковских ценностей, относятся к строго отчетной документации. К банковским ценностям относятся: наличные денежные средства в разных валютах, банковские карты, ПИН-конверты, драгоценные металлы и слитки, бланки строгой отчетности. В список отчетной документации входят приходный кассовый ордер, расходный кассовый ордер, мемориальный ордер, отчет по

инкассации и служебному выносу, справка о валютных операциях, сверка итогов [5].

В начале рабочего дня администратор смены выдает каждому сотруднику банковские ценности (карты, валюту, ПИН-конверты). По окончании рабочего дня сотрудники сдают ценности кассиру и производят контроль окончания смены, указывая в отчете все реализуемые за сутки банковские ценности, после чего отчеты с ордерами, подписанными сотрудниками, передаются администратору смены для дальнейшей формации в сшив операционного дня и отправки на архивное хранение.

В отчетность за текущий рабочий день входят: сверки итогов по *Pos* терминалам; приходно-расходные ордера; справки по валютным операциям; отчет по мемориальным ордерам; отчет по инкассации. Сшивы должны быть подготовлены к отправке в рабочий день, следующий после формирования отчета. Отправка производится в течение двух дней, следующих за датой формирования. Курьеры забирают сшив 2 раза в неделю.

Так, например, из дополнительного офиса банка г. Мирный документы поступают в распределительный центр пос. Плесецк. После этого приезжает курьер из головного офиса банка г. Архангельск и увозит документы в головной офис секретарю, который непосредственно производит распаковку документов и определяет их конечное место хранения. В силу того, что сшив представляет собой документы на бумажной основе, не исключен сбой в сохранности документов. На па-

мнети автора это было два раза. Чаще всего документы «теряются» на этапе сортировки в головном офисе г. Архангельск. Основная причина – человеческий фактор: неправильное указание адреса назначения документа, ошибки в распределении документов. Конечно, документы находятся, но упущенные сроки их движения могут приводить к большим и малым потерям. В частности, подобные ошибки негативно сказываются не только на деятельности банка, но и отражаются на клиентах. К примеру, возможно возникновение репутационных рисков из-за рассекречивания персональных данных клиентов (на ордерах имеются персональные данные, информация по состоянию счетов клиента) и использования их в мошеннических целях сторонними лицами, не говоря уже о том, что для сотрудников банка – это потеря рабочего места. В

целом от утери документов страдают все: банк, который несет финансовые потери, клиенты – юридические и физические лица.

В пределах Архангельского территориального банка решением обозначенной проблемы, по мнению автора, является создание и внедрение в деятельность банка электронного переносного ключа, на котором могла бы храниться документация в электронном виде. Таким образом банку можно было бы сократить затраты на курьеров, канцелярские расходы, уменьшить зависимость от человеческого фактора, сократить сроки доставки документов, а главное – предотвратить утерю документов на бумажной основе. В век информационных технологий банковским организациям целесообразно решать проблемы сохранности документов в контексте «безбумажного офиса».

Литература

1. *Донская, К. М.* Организация архивного хранения документов в коммерческих организациях (на примере банка ВТБ в г. Барнауле) : магистерская дис.: 46.04.02 – Документоведение и архивоведение. Барнаул, 2020. 99 с.
2. *Метлицкая, А. С.* Правовое регулирование деятельности архива организации // Молодой ученый. 2016. № 5. С. 501-504.
3. *Осипенко, О. В.* Информационные права акционеров: новеллы корпоративного законодательства // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2018. № 1. С. 50-61; № 2. С. 82-89.
4. Особенности внедрения системы электронного документооборота на предприятии// IRM Doc. Научно-технологический центр. [Электронный ресурс]. – URL: <https://mdi.ru/press/articles/elektronnyj-arhiv> (дата обращения 07.12.2021).
5. Приказ Росархива от 20.12.2019 N 236 "Об утверждении Перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков их хранения" (Зарегистрировано в Минюсте России 06.02.2020 № 57449)// Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения

07.12.2021).

6. *Сичкарева, М. М.* Судебная ответственность при утрате документов // Жилищное право. 2017. № 2. С. 101-112.

УДК 347.1: 930.22

Е. С. Баданова

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

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО ДОКУМЕНТООБОРОТА И ДЕЛОПРОИЗВОДСТВА В СУДЕ

Описаны проблемы делопроизводства в арбитражном суде и представлены возможные решения этих проблем. Автор предлагает внести изменения в АИС «Судопроизводство» для повышения эффективности работы делопроизводителей; избавиться от печати бумажных экземпляров реестров на почтовые отправления и вести реестры только в электронном виде; скоординировать работу двух ведомств и наладить электронную доставку ответов от Ростелекома о вручении (невручении) телеграмм.

Ключевые слова: делопроизводство, документооборот, делопроизводство в суде, система арбитражных судов, отдел документооборота и обеспечения судопроизводства

Evgenia S. Badanova

The article was carried out under the scientific supervision of the Candidate of Pedagogical Sciences, associate professor M. E. Vilchinskaya-Butenko

PROBLEMS OF GENERAL DOCUMENT MANAGEMENT AND RECORD KEEPING IN COURT

The article describes the problems of office work in the arbitration court and presents possible solutions to these problems. The author proposes to make changes to the AIS "Legal Proceedings" to improve the efficiency of clerks; get rid of printing paper copies of registers for postal items and keep registers only in electronic form; coordinate the work of the two departments and arrange electronic delivery of responses from Rostelecom about the delivery (non-delivery) of telegrams.

Keywords: record keeping, document management, court records management, arbitration court system, document management and judicial support department

В состав понятия «делопроизводство в арбитражном суде», как указано в Постановлении Пленума ВАС РФ от 25.12.2013 N 100 (ред. от 11.07.2014) «Об утверждении Инструкции по делопроизводству в арбитражных судах Российской Федерации (первой, апелляционной и кассационной инстанций)» [1] входят все этапы прохождения документов, как судебных, так и организационных с момента их поступления (создания) до момента передачи на постоянное хранение или уничтожение в установленном порядке. Структура делопроизводства в каждом конкретном случае зависит от структуры суда, штатной численности судей и количества рассматриваемых ими дел. Традиционно в арбитражном суде существуют две основные системы – централизованная и децентрализованная, причем система делопроизводства выбирается судом самостоятельно и распространяется на процесс делопроизводства в целом, а использование различных систем делопроизводства в рамках одного суда (в различных коллегиях суда, судебных составах) не допускается.

Для осуществления делопроизводства в суде с 2003 года функционирует программа АИС «Судопроизводство», с помощью которой осуществляется работа суда. Отзывы пользователей об этой системе на сайте разработчика (ЗАО «Кодекс») исключительно положительные: система действительно повышает эффективность труда сотрудников суда, оптимизирует их трудозатраты на выполнение рутинных и однотипных операций [2]. Однако представленные на сайте отзывы подпи-

саны, как правило, председателями судов или их заместителями, т. е. людьми, которые в силу своего высокого статуса представляют интерес для разработчика программного продукта как PR-агенты, но при этом они являются пользователями АИС только в рамках своих компетенций, но не каждый день лично сталкиваются с системой документооборота и делопроизводством. Практика работы с АИС «Судопроизводство» показывает: большой поток документов в арбитражном суде приводит к тому, что база не справляется с нагрузкой и часто «зависает». По мнению автора, лучшим решением в данной ситуации было бы разделение данной автоматизированной системы на два раздела: одна подсистема – для секретарей судебного заседания и помощников, в чьи обязанности входит подготовка дел к судебному заседанию, осуществление поиска дел и документов, формирование документов для отправки, создание определений и постановлений, сопроводительных писем к делам, подготовка дел к отправке в экспертное учреждение и т. п. Вторая подсистема – для работников отдела документооборота и обеспечения судопроизводства. Делопроизводители-специалисты в отделе документооборота и обеспечения судопроизводства готовят исполнительные листы, создают реестры на письма, осуществляют отправку почтовой корреспонденции, дел и других документов, печатают штрих-коды и наклейки на посылки и т. д. Разделение могло бы привести к снижению нагрузки на информационную сеть суда, и работа сотрудников стала бы более

эффективной.

Еще одной проблемой в документообороте арбитражных судов автору видится хранение документов как в печатном, так и в электронном виде. Например, реестры на почтовую корреспонденцию, реестры на международные отправления, реестры на телеграммы ведутся и в электронном виде, и печатаются для отправки по почте. Если смотреть на реальное использование данных реестров, то они нужны, прежде всего, для финансовой отчетности: ежемесячно подсчитывается, сколько простых, заказных и международных писем и телеграмм отправлено, сводные данные передаются в финансовый отдел для оплаты услуг почтовой связи. Следует отметить, что на практике реестры сверяют по электронным спискам – так удобнее и быстрее; бумажные же реестры просто просматриваются и передаются в архив, следовательно, от них можно было бы отказаться.

Еще одна проблема, на которую хотелось бы обратить внимание: в практике арбитражных судов часто используются телеграммы как юридическое подтверждение факта передачи информации от одного лица или организации другому лицу. Телеграммы отправляются по реестру в Ростелеком, который обязан подтверждать факт вручения телеграммы адресату. Уведомления о вручении (невручении) телеграммы

сотрудники отдела делопроизводства передают в судебные составы по мере их поступления в суд. На практике ответ о вручении (невручении) телеграммы может прийти через несколько недель, более того, бывает, что помощники получают ответ уже после завершения судебного заседания, что недопустимо. Поскольку информация требуется к определённому времени, то, вероятно, необходимо внести поправки в Инструкцию по делопроизводству в арбитражных судах Российской Федерации и обозначить необходимость получать ответы по электронной почте, это позволит существенно сократить время доставки ответа о вручении (невручении) телеграммы.

Итак, для быстрой и эффективной работы в системе арбитражных судов целесообразно изменить несколько позиций: разделить базу на две подсистемы, что поможет облегчить нагрузку на информационную сеть суда и сделать работу быстрее и эффективнее; избавиться от печати бумажных экземпляров реестров на почтовые отправления и вести реестры только в электронном виде; скоординировать работу двух ведомств и наладить электронную доставку ответов от Ростелекома о вручении (невручении) телеграмм, что поможет в нужные сроки до судебного заседания получать ответы о доставке телеграмм сторонам.

Литература

1. Постановление Пленума ВАС РФ от 25.12.2013 N 100 (ред. от 11.07.2014) "Об утверждении Инструкции по делопроизводству в арбитражных судах Российской Федерации (первой, апелляционной и кассационной инстанций)" [Электронный ресурс] – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/>

Труды института бизнес-коммуникаций. Том 10. 2022

online.cgi?req= doc&base=LAW&n=166564&dst=100008#fIBr0tSUpryic5pn (дата обращения 07.12.2021).

2. Отзывы пользователей об АИС «Судопроизводство» [Электронный ресурс] – URL: <http://arbitr.kodeks.ru/manage/site/?tid=633200021> (дата обращения 07.12.2021).

УДК 651.011.42

П. В. Жильцова

*Статья выполнена
под научным руководством доцента
Е. Г. Шемшуренко*

АНАЛИЗ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА КОМПАНИИ

В статье исследованы теоретические и практические аспекты анализа документооборота и внедрения электронного документооборота на коммерческом предприятии ООО «Престиж». Определены его преимущества и недостатки для коммерческого предприятия ООО «Престиж». Рассмотрены современные информационные технологии, которые могут быть применены для оптимизации работы с документами на предприятии.

Ключевые слова: *электронный документооборот, электронный документ, электронная цифровая подпись, электронный архив, система электронного документооборота, современные информационные технологии автоматизации документооборота*

Polina V. Zhiltsova

*The article was written
under the supervision of Associate Professor
Evgeniy G. Shemshurenko*

THE ANALYSIS OF ELECTRONIC DOCUMENT FLOW IN THE COMPANY

The article examines the theoretical and practical aspects of the analysis of document flow and the implementation of electronic document flow at the commercial enterprise «Prestige» LLC. Its advantages and disadvantages for the commercial enterprise «Prestige» are determined. The modern information technologies that can be used to optimize the work with documents at the enterprise are considered.

Keywords: *electronic document management, electronic document, electronic digital signature, electronic archive, electronic document management system, modern information technologies for document management automation*

Целью статьи является выделение и группировка специфических проблем электронного документооборота на коммерческом предприятии и рассмотрение путей их решения.

Широкое применение в повседневной жизни информационных технологий имеет определяющее влияние на социально-экономическое, общественно-политическое и культурное развитие современного общества. Кардинальные изменения произошли в области менеджмента предприятием, они касались документационного обеспечения управления, накопления и управления знаниями, бизнес-процессами, принятия управленческих решений. Приобретенный иностранный и отечественный опыт важен для переоценки результатов использования систем электронного документооборота, характеристики их значения для эффективности современного бизнеса.

Вопросами проблем организации электронного документооборота, юридической обоснованности электронных документов, защиты электронных документов занимались такие ученые, как Л. И. Ефремова [1], А. Н. Баранов [2], А.С. Васильева [3] и др. Однако при рассмотрении проблем электронного документооборота каждый из указанных авторов рассматривал только какой-то отдельный аспект, а не весь спектр проблем и путей их решения.

Так, Д. А. Серпуховитин уделяет внимание проблеме защиты электронных документов [4], О. В. Медведева акцентирует внимание на юридической обоснованности электронных документов [5].

При этом ряд важных проблем электронного документооборота так и не был рассмотрен, в частности, необходимость формирования обязательных реквизитов электронного документа.

Постоянное увеличение количества информации, необходимого для принятия адекватных управленческих решений, приводит к тому, что традиционные методы работы с документами становятся все более нерентабельными. Бумажный документооборот в компаниях с каждым годом растет примерно на 15-25 %, около 30 % времени рабочих групп тратится на поиски и согласование документов, 6 % документов безвозвратно теряются, каждый внутренний документ копируется до 20 раз, в среднем каждый сотрудник тратит 150 часов в год на поиск потерянной информации, что в результате приводит к значительному снижению производительности труда персонала компаний [6]. По другим данным, на согласование документов может расходоваться до 60 % рабочего времени на поиск документов – до 30 %, среди всех документов предприятия около 15 % теряются, вследствие чего увеличиваются затраты времени на восстановление утраченной информации, получения соответствующих решений, полномочий и т. д. [8; 2].

Снизить потери времени и денег можно с помощью внедрения систем электронного документооборота с электронной цифровой подписью. Традиционные методы, которые отличаются высокой степенью эмпиризма, в современном документационном обеспечении управления себя уже не оправдывают. В связи с

этим стала насущной потребность автоматизации существующих систем документооборота и перехода на электронный документооборот – высокотехнологичный и прогрессивный подход к существенному повышению эффективности работы с документами [7]. Внедрение систем электронного документооборота позволяет снять основные проблемы существующего в организации бумажного документооборота. Вместе с тем добавляются новые проблемы, связанные с особенностями непосредственно этого вида документооборота, а именно – с правовым статусом электронного документа и необходимостью внедрения электронной цифровой подписи.

При бессистемном внедрении электронного документооборота на предприятиях, как правило, происходит перенос уже действующих технологий документооборота, но с использованием компьютерной техники. Поэтому любые недостатки, существовавшие в процессе документооборота до начала внедрения бухгалтерской компьютерной программы, могут проявить свое действие и в электронном документообороте [3]. Следовательно, подготовку к электронному документообороту следует начинать с четкого планирования стадий и этапов внедрения, начиная с анализа процесса документального оформления финансово-хозяйственной деятельности за прошлые периоды. Лучшим способом при этом является аудиторская проверка. Однако при определенных условиях можно ограничиться подробным обследованием документооборота в хозяйственной, финансовой и производственной деятельно-

сти предприятия и только после устранения недочетов начинать внедрять электронный документооборот.

Рассмотрим опыт внедрения электронного документооборота на конкретном примере. Так, за последние годы насыщенность информационного потока производственной компании ООО «Престиж» значительно увеличилась, что обусловило необходимость совершенствования средств и методов работы с документами.

ООО «Престиж» имеет разветвленную сеть отделов, линейное управление (*рис. 1*). В ООО «Престиж» преобладает преимущественно бумажный документооборот, основная форма – децентрализованная форма организации документооборота. У компании есть филиалы в других городах, документооборот между которыми осуществляется за счет обмена письмами курьерской службой и почтой России. При работе с фирмой, использующей ЭДО, сотрудники отделов не передают копии документов в архив.

Сейчас в компании в электронном виде выпускаются приказы и распоряжения генерального директора, однако централизованной программы по типу «1С: Документооборот» у компании нет, поэтому осуществляется почтовая рассылка приказов и распоряжений руководителям структурных подразделений. Издержки на приобретение бумаги, картриджей для печати не снижаются, а ежегодно только растут из-за отсутствия полноценного перехода на электронный документооборот.



Рис. 1. Организационная структура ООО «Престиж»

В компании большая часть финансовой и бухгалтерской документации была оцифрована, чтобы сократить место хранения в архиве, но было затрачено много человеко-часов, т. к. оцифровка производилась без привлечения сторонних фирм, специализирующихся на формировании электронных архивов. В результате часть получившихся копий плохо читаема. Кроме того, из-за отсутствия нормативного закрепления электронного документооборота в компании необходимо иметь не только электронный архив, но и продолжать хранить бумажный.

Также в компании можно отметить определенные недостатки в организации «бумажного» документооборота. К таким проблемным вопросам относятся:

- регистрация документов: на предприятии существует неоднократная перерегистрация документа, а значит, затраты времени пропорциональны суммарному объему документопотока;

- оборот документов между подразделениями и должностными лицами: физическое перемещение документов (отправка по почте, курьерской доставкой и т. д.) в зависимости от удаленности получателя может составлять от одного до нескольких дней. Вследствие вынужденного ожидания могут тормозиться связанные с этими документами хозяйственные процессы (например, заключение договора с новым партнером и т. д.);

- поиск документов: успешность поиска бумажных документов зависит от упорядоченности архива (пребывания документа на определенном месте, наличия его реквизитов), а скорость – от размера архива (дополнительное время тратится на поиск карточки документа, затем – самого документа). Если данных о документах нет или его не оказалось на месте, то осуществляется поиск в бумажных регистрационных журналах, который может длиться до нескольких дней, или создается его дубликат;

- подготовка типовых документов: из-за большого объема документооборота возникает необходимость унификации форм, подготовки шаблонов и типовых бланков документов, которая занимает много времени (считается, что в среднем на подготовку типовых документов по бумажной технологии организации документооборота расходуется около 120 минут рабочего времени);

- процедура согласования и визирования (подписания) документов: продолжительность согласования того или иного документа напрямую зависит от его важности, опосредованно – от пребывания в нужное время и в нужном месте должностных лиц, которые должны согласовать документ. Несоответствия в графиках работы сотрудников увеличивают время ожидания на прием должностного лица на каждом последующем этапе согласования (на процедуру согласования может расходоваться от 50 % до 75 % времени исполнителей);

- подготовка и формирование отчетов предусматривает наличие всех необходимых данных, из-за чего уходит много времени на поиск информации и подготовку самого документа (подготовка отчетов в целом продолжается 144 минуты рабочего времени);

- соблюдение сроков исполнения документов: затраты времени увеличиваются пропорционально численности работников, которых нужно проконтролировать или предоставить им дополнительные инструкции (на личное или телефонное информирование нужно потратить около 10 минут на одного работника);

- размножение документа по резолюции: затраты ресурсов и времени пропорциональны необходимому количеству копий.

Внедрение систем электронного документооборота для ООО «Престиж» позволит автоматизировать и значительно повысить эффективность работы с документами. Во-первых, благодаря взаимосвязи между бизнес-процессами и соответствующими документами пользователи управленческой информации ООО «Престиж» имеют возможность рассматривать, анализировать и проектировать бизнес-процессы, повышая эффективность функционирования предприятия.

Во-вторых, работа в единой информационной системе позволяет ООО «Престиж» усилить контроль за сроками и качеством исполнения документов; создать основу для коллективного взаимодействия, благодаря чему повышается эффективность управления бизнес-процессами.

В-третьих, прямой экономический эффект от внедрения заключается в экономии затрат рабочего времени работников и сокращении расходов ООО «Престиж» на подготовку бумажных документов.

В-четвертых, технологии создания электронного архива обеспечивают надежную защиту документов от потери или кражи, сокращают время на поиск и передачу информации, повышают надежность учета документов.

В-пятых, происходит сокращение расходов при подготовке документов благодаря интеллектуальным технологиям работы в текстовых редакторах (автоформат, автоматиче-

ская генерация номера, поиск среди документов с учетом их редакций, приложений к документам и связей между ними [9] и т. д.).

Процесс внедрения электронного документооборота для ООО «Престиж» следовало бы начинать только после подготовки проекта, в котором определялись бы правила ведения электронного документооборота, должностные обязанности сотрудников, разграничения полномочий и другие важные вопросы. Ранее перед руководством вставал вопрос о внедрении ЭДО, однако вынужденный карантин 2020 года внес хаос в проект внедрения, и документооборот остался частично бумажным.

Представляется, что следует подготовить перечень применяемых первичных документов ООО «Престиж», а также определить, когда, кем, на каком участке данный документ оформляется, какие подразделения он будет проходить и в какие сроки. Кроме того, определить, будет ли первичный документ сначала оформляться вручную на бумаге с последующим введением в компьютерную базу данных или сразу в электронном виде. Конечно, целесообразно оформлять первичные документы ООО «Престиж» сразу в электронном виде можно с помощью обычной клавиатуры путем ввода в компьютер или с использованием современных средств (планшетных компьютеров, сканеров, систем штрихового кодирования, датчиков, счетчиков и других микропроцессорных устройств).

Необходимо заметить, что на практике обеспечить автоматическое оформление первичных документов

в электронном виде очень сложно. Это связано с тем, что могут быть не автоматизированы некоторые участки учета; некоторые поставщики и заказчики ведут учет вручную; стандарты программ, которые используются ими и на предприятии, несовместимы. Поэтому возникает проблема по переводу бумажных первичных документов в электронную форму [1].

Поскольку способ ручного ввода данных из документов является трудоемким, целесообразно использовать сканирующее оборудование (сканер, плоттер). Так, при оптическом считывании сканером документ превращается в электронный файл графической формы, который, как правило, имеет большие размеры, т. е. текстовую информацию, содержащуюся в электронном графическом файле в виде изображения, нельзя обработать алгоритмами бухгалтерских программ. Для качественного выполнения данной задачи необходимо привлекать профессиональных исполнителей.

Следует отметить, что внедрение электронных технологий работы с документами в ООО «Престиж» больше всего обусловлено развитием форм взаимодействия субъектов хозяйствования с государственными органами (в частности, фискальной службой), которые в настоящее время предусматривает применение электронных способов создания и передачи отчетных документов.

Итак, электронный документооборот на предприятии ООО «Престиж» связан с серьезным изменением существующих бизнес-процессов. С введением электронного до-

кументооборота меняется сам стиль управления бизнесом.

Электронный документооборот в ООО «Престиж» обеспечивает эффективную коммуникацию между различными группами пользователей информации, способствует быстрому и бесконфликтному решению общих задач. Например, договорная деятельность, которая является одной из основ ведения бизнеса, относится к компетенции юридического отдела, который в каждой конкретной сделке должен принять меры для соблюдения прав и интересов предприятия, а также обеспечить соответствие положений договора с нормами действующего законодательства. Однако вместе с юридическим отделом над договором работают специалисты службы безопасности, финансового отдела, руководители высшего и среднего уровней, дополняя или контролируя его содержание в соответствии со своей компетенцией. Современной тенденцией развития электронного документооборота для ООО «Престиж» является формирование единой информационной среды, в которой происходит обращение данных во всех сферах жизнедеятельности предприятия (финансово-хозяйственной информации, отчетности, управления знаниями, договорной работы, взаимодействия с государственными органами и т. д.). При этом информация ООО «Престиж» может подаваться в различных формах (текстовой, графической, визуальной, аудиовизуальной), но благодаря широкому нормативному толкованию понятия «документ», а также при условии обязательного выполнения требований делопроиз-

водства по обязательным атрибутам документа (электронного документа), единую информационную среду предприятия можно рассматривать как систему документооборота.

Анализ системы электронного документооборота на предприятии ООО «Престиж» также показал, что в связи с большими объемами информации появляется потребность в программе, позволяющей наиболее удобно и качественно хранить ее. Компания «1С» выпустила программу, которая обеспечивает автоматизацию полного цикла обработки официальных и внутренних документов коммерческих предприятий и бюджетных учреждений с поддержкой как электронного, так и бумажного документооборота.

Электронный архив на предприятии позволяет пользоваться его основными преимуществами: безопасностью и конфиденциальностью, оперативностью в работе с документами и надежностью. Поэтому с одними и теми же документами при любой структуре и типе локальной сети предприятия одновременно могут работать несколько пользователей, что недоступно при использовании обычного архива, в котором одновременно каждый документ доступен только одному сотруднику. Для долгосрочного сохранения целостности электронных документов ООО «Престиж» уместно рекомендовать для использования программу «1С: Архив», так как электронные архивы стали необходимым условием эффективной работы современного предприятия.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что основной целью при

разработке технологий электронного документооборота производственной компании ООО «Престиж» являлось достижение максимальной преемственности правил и приемов бумажного документооборота для обеспечения безболезненного перехода от традиционных технологий к современным. Также необходимо отметить, что отсутствие необходимости вручную размножать документы, отслеживать перемещение

бумажных документов внутри организации, контролировать порядок передачи конфиденциальной информации существенным образом снижает трудозатраты работников. Сквозной автоматический контроль исполнения на всех этапах работы с документами кардинально повышает качество работы исполнителей, делает сроки подготовки документов более прогнозируемыми и управляемыми.

Литература

1. **Ефремова, Л. И.** Выбор системы электронного документооборота для предприятия [Электронный ресурс] / Л. И. Ефремова, А. О. Колекина // Вестник ВУиТ. 2019. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota-dlya-predpriyatiya> (дата обращения: 09.02.2021).
2. **Баранов, А. Н.** Анализ уязвимостей современных систем электронного документооборота [Электронный ресурс] / А. Н. Баранов // Известия ТулГУ. Технические науки. 2018. №10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-uyazvimostey-sovremennyh-sistem-elektronnogo-dokumentooborota> (дата обращения: 09.02.2021).
3. **Васильева, А. С.** Анализ информационных систем в сфере электронного документооборота [Электронный ресурс] / А. С. Васильева // Инновационная наука. 2019. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-informatsionnyh-sistem-v-sfere-elektronnogo-dokumentooborota> (дата обращения: 09.02.2021).
4. **Серпуховитин, Д. А.** Внедрение системы электронного документооборота на предприятии [Электронный ресурс] / Д. А. Серпуховитин // Cloud of science. 2019. №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota-na-predpriyatii> (дата обращения: 10.02.2021).
5. **Медведева, О. В.** Цифровизация управления и системы электронного документооборота [Электронный ресурс] / О. В. Медведева, М. Г. Парамонова // Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. 2019. № 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-upravleniya-i-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota> (дата обращения: 20.02.2021).
6. **Еськов, А. Н.** Анализ целесообразности перехода к ведению документооборота в электронном виде [Электронный ресурс] / А. Н. Еськов, А. Ж. Амиров // Молодой ученый. 2016. № 13 (117). С. 314-317. – URL: <https://moluch.ru/archive/117/32087/> (дата обращения: 16.02.2021).
7. **Шрэйтэр, К. О.** Электронный документооборот: возможности и преимущества [Электронный ресурс] / К. О. Шрэйтэр // Молодой ученый. 2015.

№2(82). С. 52-55. – URL: <https://moluch.ru/archive/82/14889/> (дата обращения: 26.02.2021).

8. **Красносельцева, И. Е.** Сравнительный анализ систем электронного документооборота с помощью методов кластеризации [Электронный ресурс] / И. Е. Красносельцева // Скиф. 2020. №3(43). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-sistem-elektronnogo-dokumentoooborota-s-pomoschyu-metodov-klasterizatsii> (дата обращения: 10.02.2021).

9. **Шаститко, А. Е.** Электронный документооборот в контрактных отношениях [Электронный ресурс] / А. Е. Шаститко // Управленец. 2018. №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnyy-dokumentoooborot-v-kontraktnyh-otnosheniyah> (дата обращения: 09.02.2021).

УДК 331.108.43

Т. Г. Мокану

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата педагогических наук
А. С. Кадера*

АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются общие понятия, цели и задачи системы аттестации персонала, а также необходимость ее проведения в организации. Анализируются основные требования к регламенту проведения и документированию процедуры аттестации.

Ключевые слова: аттестация, персонал, кадровая политика, управление персоналом, положение об аттестации

Tatiana G. Mocanu

*The paper was written under scientific supervision
candidate of pedagogical sciences
Amir S. Kader*

PERSONNEL CERTIFICATION AS AN IMPORTANT ELEMENT OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL POLICY

The article discusses the general concepts, goals and objectives of the personnel certification system, as well as the need for its implementation in the organization. The main requirements for the rules of conduct and documentation of the certification procedure are analyzed.

Keywords: attestation, personnel, personnel policy, personnel management, regulations on certification.

Современная кадровая политика организации вне зависимости от организационно-правовой формы собственности, представляет собой целостную стратегию работы с персоналом, предъявляя серьезные требования к оценке работы кадров, используя в этом процессе такой важ-

ный элемент, как аттестация персонала. Ведь персонал – это главный ресурс, который рассматривается как капитал, постоянно наращиваемый в процессе производственной деятельности [1, с. 1].

Понятие «аттестации» можно использовать для обозначения про-

цедуры управления персоналом, целью которой является комплексная характеристика аттестуемого, которая завершается отзывом о деловых, профессиональных и иных качествах работника.

При оценке (аттестации) персонала происходит не сравнение сотрудников между собой, а сопоставление «сотрудник – стандарт работы», т. е. устанавливается степень соответствия сотрудника его должностным функциям, отраженных в трудовом договоре и должностной инструкции [2, с. 44].

Задачи, которые решает данная процедура, можно сформулировать следующие:

- формирование высококвалифицированного кадрового состава предприятия;
- выявление перспектив применения потенциальных возможностей работников;
- стимулирование профессионального роста работников;
- выявления необходимости повышения квалификации, профессиональной подготовки или переподготовки кадров;
- обеспечение возможности продвижения кадров.

Помимо этого, по итогам аттестации работодатель имеет право прекратить трудовые отношения с работником, не соответствующим занимаемой должности, о чем говорит п. 3 ст. 81 ТК РФ.

В соответствии с ТК РФ проведение аттестации работников на соответствие занимаемой должности обязательно для научных сотрудников и педагогов. Аттестация также предусмотрена в некоторых отраслевых нормативно – правовых актах

для урегулирования порядка введения деятельности [3].

Относительно коммерческих структур, автор отмечает, что Российской законодательство не обязывает проводить аттестацию работников в данной сфере. Необходимость проведения данной процедуры устанавливается руководством предприятия и носит добровольный характер, поэтому далеко не во всех коммерческих организациях она практикуется. В том случае, если руководитель определенной компании принял решение о проведении аттестации, то никаких препятствий для этого нет.

В соответствии с ТК РФ проведение аттестации работников на соответствие занимаемой должности обязательно для научных сотрудников и педагогов. Так, обязаны проходить аттестацию: работники, призванные обеспечивать транспортную безопасность, государственные гражданские служащие, работники, отвечающие за погрузку/выгрузку, размещение, крепление грузов на железнодорожном транспорте и работы, связанные с движением и маневрированием поездов, работники, занятые в сфере промбезопасности, работники объектов по хранению и уничтожению химического оружия, работники авиации, работников, обеспечивающих безопасность в судоходстве, лица, возглавляющие федеральные унитарные предприятия, прочие категории работников, специально указанные в законах и отраслевых нормативных актах (к примеру, пожарные, спасатели, работники прокуратуры, авиаторы и проч.).

Также аттестация персонала

должна проводиться в обязательном порядке в организациях, осуществляющих исследования, разработку, производство, поставку, ремонт и утилизацию оборонной продукции по заказам государственных заказчиков. Здесь обязательность проведения аттестации персонала осуществляется в соответствии с Государственным военным стандартом Российской Федерации ГОСТ РВ 15.002-2003 [4].

В тех случаях, если для конкретной сферы обязательна данная процедура, установленная нормативно-правовыми актами Российской Федерации, руководство организации обязано это проводить в том порядке и с той периодичностью, которую диктуют отдельные федеральные законы и подзаконные акты, методические указания для отдельных отраслей промышленности.

Так государственные служащие, к числу которых относятся военно-служащие, сотрудники правоохранительных органов, обязаны проходить аттестацию один раз в три года. Педагогические работники проходят аттестацию не реже одного раза в пять лет. Среди медицинских работников процедура аттестации персонала проводится один раз в пять лет.

Однако, что педагогические работники, что медицинские работники для присвоения очередных категорий, при желании могут пройти переаттестацию через три года.

Новым сотрудникам вне зависимости от сферы деятельности, срок прохождения первой аттестации устанавливается не ранее, чем через год после поступления на работу.

Формы аттестации подбираются

в зависимости от специфики трудовой деятельности аттестуемого. Это может быть письменное тестирование, собеседование, практическое занятие, письменный экзамен [5].

Письменное тестирование – данная форма аттестации предполагает выбор правильного ответа на поставленный вопрос. Собеседование – это одна из форм при проведении аттестации при котором аттестуемый в устной форме отвечает на поставленные вопросы, а также может выполнять определенные задания. Практическое занятие – данная форма предполагает выполнения некоторого задания, например, решение некоторых ситуационных задач. Письменный экзамен – данная форма аттестации предполагает четкий, развернутый ответ на выбранный вопрос. При проведении данной формы аттестации, как правило, предлагаются варианты вопросов для предварительной подготовки.

Какую бы форму проведения аттестации руководство не применяло, в каждой есть свои преимущества и недостатки. Так при проведении тестирования среди преимуществ можно выделить временной фактор, как правило, тесты формируются из коротких вопросов и ответы, на которые не занимают много времени, результат тестирования напрямую зависит от выбранных ответов, следовательно, общий результат аттестации зависит исключительно от знаний аттестуемого. К недостаткам данной формы можно отнести факт случайной ошибки, невнимательности при прочтении вопроса, нет индивидуального подхода к личным и профессиональным достижениям работника, так как тесты

формируются для всех аттестуемых.

При собеседовании происходит личностный переговорный процесс между аттестуемым и руководителем. К преимуществам данной формы аттестации можно отнести более спокойную психологическую обстановку. Наряду с тестированием, при собеседовании у аттестуемого работника есть возможность более углубленно показать свои профессиональные и личные качества.

По мнению автора, письменный экзамен является одной из сложных форм проведения аттестации. Самым главным преимуществом данной формы аттестации является более углубленная проработка материала при подготовке, более ответственный подход к данной процедуре со стороны аттестуемого. К недостаткам можно отнести временной фактор, т.к. для оценивания каждого работника необходимо уделить достаточно много времени на подготовку к ответу и выступление аттестуемого.

Автор считает, что чаще всего в коммерческих организациях применяют форму аттестации – собеседование. Данная форма аттестации способствует более спокойной и раскрепощенной обстановке, в которой происходит заслушивание непосредственного руководителя, который рассказывает о личных, деловых качествах аттестуемого. Так же со стороны аттестуемого есть возможность проявить свои способности, дополняя представление руководителя, тем самым повышая уровень оценивания со стороны аттестационной комиссии.

Первоочередным и основополагающим документом для создания

системы аттестации является разработка Положения об аттестации, которое определяет цели, принципы, методы и регламент проведения данной процедуры. Положение необходимо подготовить и принять при первичном внедрении аттестации в организацию. Положение о проведении аттестации персонала является организационно-распорядительным документом, разработкой данного Положения занимается кадровая служба совместно с руководителем предприятия.

После утверждения Положения об аттестации, руководители организации должны оповестить всех сотрудников о существовании данной процедуры под роспись. Впоследствии вновь трудоустроенные знакомятся с положением аналогичным образом [6, с. 80].

При формировании списков аттестуемых работников следует знать, какие работники не подлежат аттестации. Так, на основании статьи 48 Федерального Закона от 27.07.2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» не проходят аттестацию сотрудники, находящиеся в отпуске по беременности и родам или в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет. Данные категории работников проходят аттестацию не ранее чем через один год после выхода из отпуска.

Одним из этапов проведения аттестации персонала является формирование аттестационной комиссии. Если в организации действует профсоюз, то в состав аттестационной комиссии в обязательном порядке должны быть включены его представители, иначе, результаты

аттестации могут быть недействительными. Если в организации профсоюза не существует, то в состав аттестационной комиссии могут быть приглашены высококвалифицированные специалисты других организаций по профилю (специализации) аттестуемых. Так, например, относительно конструкторской организации, приглашаются специалисты аналогичной сферы, тематика проектирования у которых одинаковая.

При подготовке необходимой документации для аттестационной комиссии, особое внимание следует уделять основному документу – Отзыв об аттестуемом работнике. Текст Отзыва должен содержать следующую информацию: персональные данные сотрудника, а именно фамилия, имя, отчество, дата рождения, уровень образования, занимаемая должность на момент прохождения аттестации, наименование подразделения, где работает аттестуемый. Указывается общий стаж работы на предприятии, а также стаж в данном структурном подразделении (при условии, если работник в период между аттестациями перемещался). При переводе работника в другие структурные подразделения внутри предприятия, либо при изменении должности – эти сведения также должны найти свое отражение в Отзыве.

Отзыв, также должен объективно отражать оценку профессиональной деятельности аттестуемого, оценку его деловых качеств, сведения и результаты его профессиональной подготовки. Если предполагается перевод аттестуемого на другую должность или в другой отдел,

необходимо указать мотивы назначения на должность, а также предполагаемую должность или структурное подразделение.

Кроме отзыва, в комиссию направляются аттестационные листы предшествующих аттестаций, должностная инструкция, готовятся бланки оценки рабочих и деловых качеств аттестуемого работника, составляется общий перечень вопросов, которые члены комиссии, в числе прочих вопросов, могут задавать аттестуемому работнику. Также подготавливаются бланки для учета предложений сотрудников, форма заключения комиссии, квалификационные листы. Со всеми документами работник обязан ознакомиться за 21 день до начала аттестации и расписаться в отзыве.

На этапе прямой аттестации, происходит непосредственное заседание аттестационной комиссии, на которое приглашаются аттестуемый работник и его непосредственный руководитель. На заседании аттестационная комиссия ведет беседу с аттестуемым о его труде, о его достижениях в профессиональной деятельности, слушает отзыв руководителя о своем работнике, рассматривает предоставленные документы.

На основании полученных сведений, аттестационная комиссия производит оценку профессиональной и служебной деятельности работника, это могут быть балльная или процентная система оценки, а также комиссия определяет его соответствие занимаемой должности. Например, в конструкторской организации принята балльная система оценки персонала. Итоговые баллы складываются из суммы набранных

баллов после заполнения оценочных листов, как аттестуемым работником, так и его непосредственным руководителем и суммы баллов после собеседования с аттестуемым.

Процесс заседания фиксируется в протоколе секретарем аттестационной комиссии, где указываются все сведения и информация об аттестуемом, а также об оценке его квалификации. По окончании заседания комиссия выносит решение по каждому сотруднику (это может быть открытое или тайное голосование). Например, в конструкторской организации принято открытое голосование, в ходе которого проходит обсуждение среди всех членов комиссии, учитывается мнение каждого члена аттестационной комиссии относительно каждого аттестуемого работника. Результат голосования заносится в протокол и в аттестационный лист работника и сообщается работнику под подпись.

Если аттестуемый работник не согласен с решением комиссии, то он в течении 5 дней с момента прохождения аттестации должен предоставить жалобу в письменной форме на имя директора, которая будет рассмотрена членами специально созданной комиссии экспертов. В состав экспертной комиссии включают представителей отдела персонала, специалистов юридической службы, представителей профсоюза работников. Все материалы аттестации передаются руководителю организации для принятия соответствующих решений в отношении работника.

На заключительном этапе происходит утверждение руководителем

итогов аттестации и принимаются кадровые решения в отношении работников, прошедших аттестацию. Применительно к конструкторской организации, самым распространенным решением по итогам аттестации – это повышение окладов. После аттестации, проводимой в 2018 г. – 90 % сотрудникам были увеличены оклады. Еще одно из часто встречающихся решений – это повышение должности. Относительно первого примера решения, повышение должности применяется реже, по итогам 2018 г. – порядка 30 % сотрудникам были применены данные решения. Профессиональная переподготовка сотрудников тоже является одной из форм решения комиссии, применяется редко. Расторжение трудового договора – тоже один из вариантов принятия решения по результатам аттестации. По мнению автора, доказать несоответствие квалификации занимаемой должности будет достаточно сложно, особенно, если в трудовом договоре работника его функциональные обязанности четко не установлены и при возникновении спора о результатах аттестации, работник вправе оспорить ее итоги в судебном порядке [7, с. 46-47].

Таким образом можно заключить, что аттестация персонала важна и для работника, и для работодателя. Правильная и грамотная оценка трудовой деятельности отдельного работника, которая складывается из выполнения должностных обязанностей, уровня достижения целей, уровня компетентности, особенности личности – это верный путь к повышению эффективности деятельности всего предприятия.

Литература

1. *Пархимчик, Е. П.* Кадровая политика организации: учеб. пособие / Е. П. Пархимчик. Минск: ГИУСТ БГУ, 2011. 128 с.
2. *Моисеев, А. В.* Аттестация персонала / А. В. Моисеев // Молодой ученый. 2019. № 39 (277). С. 44-46.
3. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2006 N 197-ФЗ (ред. от 09.03.2021): [Электронный ресурс]. – URL: www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/. (Дата обращения: 28.03.2021).
- 4 ГОСТ РВ 15.002-2003. Военная техника. Системы менеджмента качества. Общие требования.
5. *Магеря, Л. Ф.* Управление надежностью кадровой системы предприятий [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. Ф. Магеря, В. Н. Владимиров, В. В. Бадалов. СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2013. 164 с. [Электронный ресурс] – URL: www.iprbookshop.ru/43978.html. (Дата обращения: 01.04.2021).
6. *Горшкова, Л.* Оценка управленческого персонала: параметры и методы / Л. Горшкова // Человек и труд. 2008. № 3. С.79-82.
7. *Свирина, И.* Аттестация как механизм оценки уровня квалификации персонала / И. Свирина // Журнал. Служба кадров и персонал. 2006. № 10. С.45-65.

УДК 331.108.263

К. Е. Сойкина

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата культурологии, доцента
О. Н. Судаковой*

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ПЕРЕХОДА ОРГАНИЗАЦИЙ НА ЭЛЕКТРОН- НЫЕ ТРУДОВЫЕ КНИЖКИ

В статье рассмотрен произошедший с 1 января 2020 года переход на электронные трудовые книжки. Определено понятие и значение электронного аналога в трудовой деятельности гражданина страны. Проанализированы мнения несогласных и поддерживающих цифровое нововведение в трудовой сфере, а также рассмотрены преимущества и недостатки электронного формата документа как для работника, так и для работодателя. Также автором дана оценка целесообразности замещения электронной формы документа и возможных рисков при полном отказе от бумажной версии трудовой книжки.

Ключевые слова: электронная трудовая книжка, кадровое делопроизводство, электронный формат документа, цифровизация

Ksenya E. Soykina

*The article was carried out under the scientific supervision
of the Candidate of Cultural Studies, associate professor
Olga N. Sudakova*

FEASIBILITY OF TRANSITION OF ORGANIZATIONS TO ELECTRONIC LABOR BOOKS

The article discusses the transition to electronic workbooks that occurred on January 1, 2020. The concept and meaning of an electronic analogue in the labor activity of a citizen of the country is defined. The opinions of those who disagree and support digital innovation in the labor sphere are analyzed, as well as the advantages and disadvantages of the electronic document format for both the employee and the employer are considered. The author also gives an assessment of the feasibility of replacing the electronic form of the document and possible risks in case of complete rejection of the paper version of the workbook.

Keywords: electronic work book, personnel records management, electronic document format, digitalization

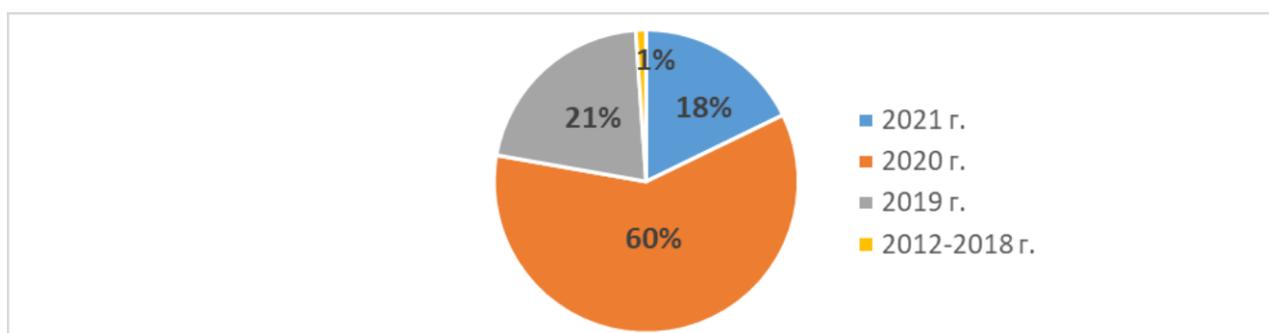
С января 2020 года вступил в силу Закон от 16.12.2019 №439-ФЗ об обязанности ведения и учета трудовой деятельности работников в электронной системе [1]. Начавшись задолго до принятия этого документа, по сей день идет обсуждение возможных рисков такого перехода.

Определенное влияние на рассмотрение данной темы оказали такие авторы и эксперты по вопросам трудовых отношений, как А. Б. Назаренко [2], Л. Б. Сетдарова [3], К. В. Гладкая [4], Е. В. Орлова [5], О. С. Лилюкова [6], Ю. И. Клепалова [7]: их работы позволили сформировать представление о значимости данного нововведения для работника, работодателя и всего государства.

Трудовая биография каждого рабочего человека фиксируется в трудовых книжках (далее – ТК) уже с 1918 года. ТК характеризует человека как профессионала, поскольку может рассказать о месте его работы, о трудовой функции, продви-

жении по службе, и таким образом показывает отношение к труду гражданина и его деловых качествах. На сегодняшний день многие специалисты уверены, что ТК является устаревшим понятием, поскольку опыт зарубежных стран показывает, что там ТК не используются, поскольку внедрены более технологичные электронные системы, за счет которых информация поступает автоматически во все необходимые государственные органы.

Тема перехода на электронные ТК обсуждалась в России на протяжении нескольких лет, поскольку она касается каждого работающего человека и его накопленного за жизнь стажа, и не может не волновать и быть разрешенной сразу. По этой теме в 2019 году было опубликовано 19 статей, в 2020 году – 54 статьи, а в 2021 было найдено 16 публикаций авторов, рассматривающих изменения формата трудового документа (ил. 1).



Ил. 1. Публикации авторов по теме перехода на электронные трудовые книжки

Несомненно, с внедрением цифровых ТК в трудовую жизнь человека многими авторами были выявлены очевидные проблемы, затрагивающие самого трудящегося, а

именно отсутствующая возможность фиксировать заслуги и награждения, что позволял производить бумажный документ, тем самым формируя у работника мотивацию достижения

и ощущение значимости в организации, а также некоторая поспешность обновления законодательства, в результате чего произошла недостаточная ориентированность и «электронная» грамотность как сотрудников кадровых служб, так и самих работников.

Например, О. С. Лиликова и Д. И. Ферапонтова считают, что «проблема внедрения трудовой книжки в электронной форме в том, что электронная трудовая книжка не предусматривает внесение сведений о награждении. Представляется, что электронную и бумажную трудовую книжку должна отличать только форма, а сведения, содержащиеся в этих документах должны быть идентичные. Однако не предусмотрена, что электронная трудовая книжка будет содержать сведения о награждениях, к которым зачастую обращаются кадровики. При оформлении определенных наградных документов существует необходимость обращаться к иным поощрениям, которые работник имел в прошлом. Отсутствие в электронных трудовых книжках сведений о награждениях будет затруднять работу кадровика, особенно на предприятии с большим количеством работников» [6, с. 5].

По мнению Ю. И. Клепаловой и О. Ю. Брюховой, «владельцы бумажных и электронных трудовых книжек оказываются в неравном положении, поскольку из электронной книжки исключаются сведения о награждениях за успехи в работе, поскольку, согласно ч. 4 ст. 66 ТК РФ, «в трудовую книжку вносятся сведения о работнике, выполняемой им работе, переводах на другую постоянную работу и об увольнении ра-

ботника, а также основания прекращения трудового договора и сведения о награждениях за успехи в работе». Более того, поскольку сведения о награждении в электронной трудовой не фиксируются, то, очевидно работодателю поощрять работников – обладателей электронной трудовой книжки будет нецелесообразно. Следовательно, такой метод поддержания трудовой дисциплины, как поощрение за труд, будет применяться только к работникам с бумажными трудовыми книжками, что также может повлечь неравное положение работников у одного работодателя. Даже если практика поощрения лучших работников в организациях и сохранится, она рискует не найти подтверждения в цифровом пространстве» [7, с. 532].

Н. Д. Потапова и А. В. Потапов считают «пробелом указанной нормы отсутствие обязанности работодателя по передаче информации о награждениях и поощрениях работника, которые во многих случаях имеют важное юридическое значение для трудовых отношений, в частности, определенные награды дают возможность претендовать на более высокие должности, нежели только сведения о занимаемой должности и стаже». Так же по мнению авторов «повышение «электронной» грамотности важно и для рядовых работников, так как сведения о трудовой деятельности в электронной форме, передаваемые работодателем в ПФР, несомненно, нуждаются в периодическом контроле со стороны самого работника. Если у молодого поколения работников проблем с использованием электронных ресурсов практически не

возникает, то у зрелых и пожилых работников — они очевидны, для них целесообразно каждому работодателю, применяющему электронный документооборот, провести обучающие курсы, с тем, чтобы любой работник мог смело и уверенно пользоваться новыми технологиями и проверять сведения о своей трудовой деятельности с целью минимизации риска потери в будущем социальных гарантий, связанных с подсчетом продолжительности стажа и правом на пенсионное обеспечение» [8, С. 47-48].

Как считают О. С. Лилюкова и М. С. Ханюкова, «законодатель сделал поспешный шаг, обязав с 2021 года завести электронную трудовую книжку для работника, впервые приступившему к работе в рамках трудовых отношений. Необходимо не только продумать решение правовых, организационных и технических вопросов, но и провести информационную кампанию на государственном уровне. Более того, на уровне профессиональной кадровой работы с электронной трудовой книжкой, требуется получение новых знаний кадровыми работниками, которые могут быть получены на консультационно-разъяснительной уроках, организованных работодателем. Допустить абсолютный переход на электронную трудовую книжку возможно только тогда, когда использование электронной трудовой книжки покажется значительно эффективнее, чем бумажной, о чем нельзя говорить на данном этапе замены бумажной трудовой книжки на электронную» [9, с. 4].

Н. А. Алимарданова и С. В. Петрякова полагают, что «для

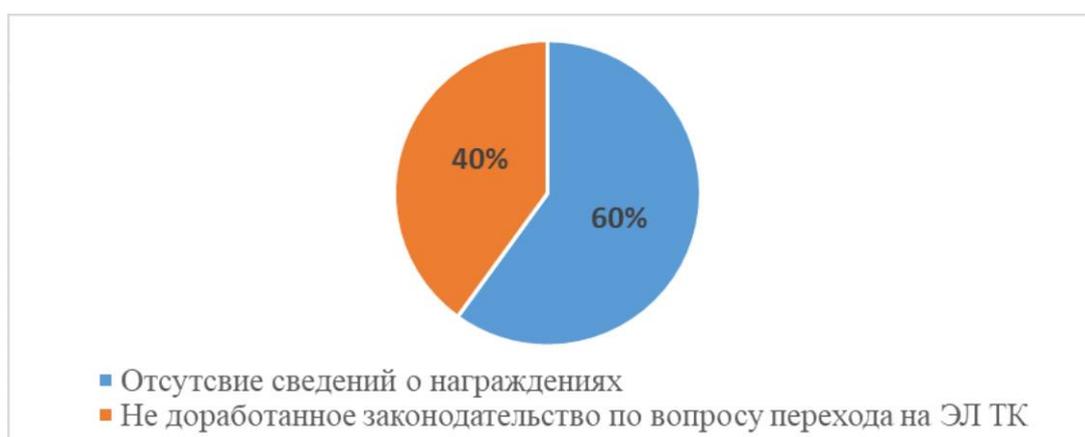
представления к награждению работника некоторыми видами наград требуются сведения о поощрении работника в прошлом. Конечно, можно и нужно будет запрашивать такие сведения у самого работника, но на этапе анализа, прогнозирования возможности поощрения работника почетными грамотами или благодарностями будут возникать сложности» [10, с. 104].

Как считает К. А. Пестова, «переходный период будет характеризоваться и увеличением нагрузки на кадровый персонал. К деятельности кадровых работников предъявляются дополнительные требования, которые предусмотрены законодательством. А значит, работодатель должен обучить кадровый персонал самостоятельно или предоставить и оплатить курс по повышению квалификации в данной сфере с целью недопущения нарушения прав работников. Не менее серьезной проблемой для работодателей станет необходимость введения новых единиц персонала в случае, если они не предусмотрены в штатном расписании. К таким работникам относятся специалисты в области информационных технологий, способные в достаточной мере в промежутки времени устранить неисправности в работе ПК» [11, с. 83].

Автор разделяет мнения других на этот счет, и полагает, что награждения по службе необходимо продолжать фиксировать в документе, поскольку происходит своего рода стимуляция заслуженного сотрудника, подчеркивание его отличительных черт в глазах персонала, что, в свою очередь, будет положительно сказываться на психоэмоцио-

нальном настрое работника, а значит, и на производительности труда. Также перед введением нового закона в действие следовало бы детально продумать правовые, организационные и технические вопросы, вместе с тем произвести обу-

чение и разъяснительные работы с кадровым персоналом, а также подробно осветить тему перехода на электронные ТК в СМИ, с возможным обращением граждан по всем интересующим вопросам в этой области (ил. 2).



Ил. 2. Возможные проблемы при переходе на электронный вариант трудовой книжки

В настоящее время подавляющее число авторов, высказавшихся на тему перехода с бумажного документа о трудовом стаже на электронный аналог, считают нововведение необходимым и даже перспективным. Например, А. Б. Назаренко уверена, что «на первоначальном этапе перехода на электронный вариант трудовой книжки будут возникать сбои в системе, что естественно увеличит работу отдела кадров в разы, однако со временем произойдет отладка системы, и она начнет приносить максимальную пользу специалисту отдела кадров, упростит работу, а также увеличит её эффективность» [12, с. 216].

О. А. Журова считает, что «все эксперты сходятся во мнении о целесообразности отказа от бумажных трудовых книжек и перехода на электронный кадровый документооборот, поскольку это предполагает

повышение скорости получения информации и гарантирует сохранность данных, в том числе от неправомерной корректировки» [13, с. 5].

Е. М. Семенова, И. В. Скоблякова, Т. Л. Лукьянчикова и А. Н. Войтенко полагают, что «новейшие технологии могут помочь осуществить трансформацию бумажных документов в электронные, предоставить более удобный способ использования и помочь сохранить данные; свести к минимуму риски, связанные с «человеческим фактором». Конечно, на первых этапах возможно возникновение различных сбоев, что может увеличить объёмы кадровой работы. Но со временем подобная система обеспечит максимум помощи и увеличит эффективность работы кадровой службы» [14, с. 127].

Как считают М. Е. Василенко и А. И. Иванова, «нововведения, внесенные в Трудовой кодекс и другие

нормативные документы, обеспечивают равновесие между экономической эффективностью и защитой социальных гарантий. А значит, в следующем году нам предстоит много интересной работы, которая поможет развивать предприятия и даст сотрудникам чувство защищенности, уверенности в будущем» [15, с. 182].

По мнению А. В. Калущкой, «в современном быстроразвивающемся мире назрела необходимость в модернизации кадрового учета и делопроизводства, поскольку это позволит ускорить процесс эффективной работы не только компаний, но и государственных служб в целом» [16, с. 107].

М. Э. Гузенко и И. К. Диланян уверены в том, что «поэтапный переход на обмен структурированными машиночитаемыми документами взамен используемых графических образов документов обеспечит совершенствование механизмов функционирования межведомственного электронного документооборота, при этом, сохранив их юридическую значимость» [17, с. 297].

Как считает Т. Ю. Черепухин, «использование современных технологий для реализации кадровой политики позволит снизить порог недоверия и предвзятости со стороны персонала, а также постепенно адаптировать более передовые технологии к условиям социально трудовой сферы России. В этом контексте необходимо проводить прикладные исследования по совершенствованию механизма защиты работников в условиях цифровой экономике, что будет являться нашим ориентиром на будущее» [18, с. 178].

Л. Б. Сетдарова полагает, что «планируемое преобразование трудового законодательства грозит стать самым масштабным за последнее время, в случае осуществления затронет интересы каждого трудоспособного гражданина России и неизбежно повлияет на структуру и содержание общественных отношений в сфере труда» [3, с. 78].

М. Е. Василенко и А. И. Иванова поддерживают мнения авторов, утверждая, что «нововведения, внесенные в Трудовой кодекс и другие нормативные документы, обеспечивают равновесие между экономической эффективностью и защитой социальных гарантий. А значит, в следующем году нам предстоит много интересной работы, которая поможет развивать предприятия и даст сотрудникам чувство защищенности, уверенности в будущем» [15, с. 182].

А. В. Гозалова считает, что «переход на электронную систему займет много времени, так как этот механизм еще не выработан и имеет много спорных вопросов» [19, с. 135].

Е. В. Елфимова полагает, что «в век цифровизации введение электронного документооборота не только является объективной необходимостью, но и должно рассматриваться как составная часть целей и задач по цифровизации, стоящих перед нашей страной. Это позволит упростить кадровое делопроизводство, повысить его эффективность, сделать прозрачным механизм взаимоотношений между работодателями, работниками и государственными органами, прежде всего Пенсионным фондом России и другими фондами, контрольно-надзорными

органами и судами» [20, с. 165].

Н. М. Суетина и М. Г. Зарецкая утверждают, что «история «бумажного варианта» трудовой книжки, начавшаяся в 1918 г., уже в 2021 г. для граждан, впервые поступающих на работу, уйдет в прошлое. Наступает новый этап учета трудовой деятельности работников – электронный» [21, с. 63].

Н. Д. Потапова и А. В. Потапов уверены, что «сегодня Россия не может находиться в изоляции от глобальных тенденций, происходящих на планете, в том числе в сфере регулирования экономики и труда. В. В. Путин в Посланиях Федеральному Собранию РФ неоднократно обозначал одной из приоритетных целей — создание мощной научно-технологической базы, опережающий темп роста производительности труда, прежде всего на основе новых технологий и цифровизации, подготовка современных кадров и формирование конкурентоспособных отраслей» [8, с. 47].

По мнению Р. С. Максимова, «технология *Blockchain* – система хранения и передачи информации путем цепочки блоков, содержащих информацию, является абсолютно необходимой для единого реестра трудовых отношений. Это снизит риски во внедрение в реестр практически с нуля» [22, с. 91].

Как полагают А. Б. Назаренко и А. П. Семина, «переход на ЭТК имеет колоссальные преимущества в сравнении с «бумажным» носителем и для работодателей, и для работников. Кроме того, ситуации, когда вследствие реорганизации или ликвидации организации работник не может подтвердить свой стаж, уйдут

в прошлое. Электронная трудовая книжка откроет новые возможности кадрового учета работодателям и обеспечит постоянный доступ работников к информации о своей трудовой деятельности» [12, с. 216].

По утверждению Н. В. Барановой, в случае эффективного внедрения данной системы, в долгосрочной перспективе можно ожидать облегчение процессов трудоустройства, также уменьшение бумажного документооборота и автоматизацию обработки данных в скоординированной системе персональных данных работников [23, с. 9].

О. А. Журова поддерживает мнения авторов, подчеркивая, что «все эксперты сходятся во мнении о целесообразности отказа от бумажных трудовых книжек и перехода на электронный кадровый документооборот, поскольку это предполагает повышение скорости получения информации и гарантирует сохранность данных, в том числе от неправомерной корректировки» [13, с. 5].

Таким образом, при переходе на электронный формат трудовой книжки образовалось много дискуссий между противниками и сторонниками законодательного изменения. Автор полагает, что на данном этапе рано делать категоричные выводы исхода такого преобразования, поскольку, хотя старшее поколение и негативно воспринимает полную цифровизацию документа, без возможности иметь материальное подтверждение данных, то по прошествии нескольких лет при налаженной и стабильной работе государственных структур граждане смогут почувствовать надежность и удобство отказа от привычного бумажного

документа на заменяющий его электронный (ил. 3).



Ил. 3. Мнения о перспективах перехода на электронные трудовые книжки

Несмотря на перемены в законодательстве и многообещающие перспективы перехода на «цифру», многие работающие граждане, преимущественно старшее поколение, не хотят полностью отказываться от документа на бумажном носителе, так же считают и многие авторы научных статей. Например, по мнению И. А. Филипповой, «отмена трудовых книжек, без сомнений, ухудшит положение работника, так как он будет находиться под угрозой немотивированной выдачи негативного рекомендательного письма. При этом серьезнее пострадают при отмене трудовых книжек квалифицированные и законопослушные работники. Трудности возникнут и при трудоустройстве лиц, переехавших в другой регион, проверить их предыдущую трудовую деятельность работодателю будет сложнее, а значит, случаев отказа станет больше» [24, с. 298].

Как считает К. Ю. Фарион, «сторонники отмены трудовых кни-

жек повсеместно «незнание» оснований относят к положительным моментам. Якобы, говорят они, исключается манипуляция работником, а характеристики можно узнать из рекомендательных писем, либо же выявить на испытании. Это неправильно, поскольку количество недобросовестных работников может существенно активизироваться, и книжка более гарантирует объективность сведений, чем какие-либо рекомендательные письма, в которых можно указать все, что угодно» [25, с. 1064].

В. Б. Малкерев утверждает, что «значительное количество граждан выступает против электронных трудовых книжек. Следовательно, возможно возникновение теоретической дискуссии о некотором неравенстве граждан в связи с возрастом и временем начала трудовой карьеры. Ведь у впервые трудоустраивающихся выбора нет. Гражданин может не желать, чтобы сведения о нем хранились на электронном сер-

вере, поскольку любой самый защищенный сервер не застрахован от взлома и утечки информации, которая может быть использована для манипуляций в отношении данного гражданина» [26, с. 58].

Как полагает Н. В. Киселева, «отмена трудовых книжек может таить в себе некоторые риски для работодателя. Работодатель не сможет отследить в полной мере трудовую историю претендента на работу, в том числе возможные увольнения «по статье». Собрать данные сведения смогут представители службы безопасности, но это процесс трудозатратный. В связи с отменой бумажных трудовых книжек могут быть проблемы у работника. К примеру, как подтвердить предыдущий опыт работы, если данную информацию по какой-либо причине не внесли в единую базу. В таком случае защита собственных прав работника превратится в проблему» [27, с. 33].

По мнению А.С. Смирновой, «бумажная трудовая книжка и по сей день играет важнейшую роль при начислении трудовой пенсии. Кроме того, трудовая книжка выполняет также рекомендательную функцию, так как в ней отражаются все профессиональные поощрения, различные ведомственные и иные награды и т.п., которые могут не только служить определённым преимуществом при приёме на работу, но и давать работнику право на получение различных льгот» [28, с. 448].

И. В. Кузьмина считает, что

«переход на что-то глобально новое, к сожалению, зачастую сопровождается ошибками, что особенно важно в сфере трудовых взаимоотношений, ведь порой небольшая неточность в записи о стаже может грозить работнику потерей права досрочного выхода на пенсию» [29, с. 19].

Ю. И. Клепалова и О. Ю. Брюхова полагают, что «для работников с классическим профессиональным менталитетом трудовая книжка имеет очень важное значение, поскольку содержит информацию о трудовой биографии человека, сведения о поощрениях, ведомственных и правительственных наградах, которые в свою очередь могут давать право на определенные льготы; подтверждает наличие у работника определенного опыта, квалификации, стажа работы, деловых качеств, знаний и навыков. Считаем, что отмена трудовых книжек для некоторых работников будет болезненной, поскольку повлечет необходимость адаптации к новым условиям в различных сферах деятельности» [7, с. 532].

Автор считает, что несправедливо нарушать консервативные взгляды уже работающих граждан и производить полную отмену бумажных трудовых со сведениями, вносимыми уже много десятилетий. Гражданин должен сам решить, к документу в какой форме у него больше доверия, и с каким он продолжит свой трудовой путь без сомнений и опасений за завтрашний день (ил. 4).



Ил. 4. Мнения о необходимости сохранения бумажного варианта трудовых книжек

Итак, электронная ТК – это цифровой документ, содержащий практически всю ту же информацию, что и бумажный аналог, т. е. сведения о самом гражданине, его стаже, местах работы и занимаемых должностях, а также о причинах переводов и расторжений трудовых договоров. Однако в электронной версии будет отсутствовать вносимая ранее информация об образовании, наградах и поощрениях, поскольку такая обязанность работодателя законодательством Российской Федерации не установлена [1, с. 213]. Таким образом, если гражданин решает перейти на электронную форму, то ему следует самостоятельно собирать и хранить свои награды (грамоты, премии, благодарности, приказы об их объявлении), чтобы в случае возникновения необходимости предоставить их в необходимые государственные органы, а документы об образовании могут быть подтверждены оригиналом или в виде копий, а также для достоверности могут быть запрошены и проверены работодателем в уполномоченных на то органах. Исходя из этого, можно сделать вывод, что

электронная ТК будет отражать только те сведения, которые необходимы для начисления пенсий.

На сегодняшний день жители России заняли разные позиции: одни являются противниками электронной версии ТК, поскольку испытывают опасения, что цифровое пространство является ненадежным источником хранения сведений, личных данных человека и, что немаловажно, трудового стажа. Сторонники электронного аналога видят целесообразность замены бумажных версий ТК, поскольку это повлечет упрощение многих процедур и экономию времени на получение необходимой информации. Также сторонники уверены, что в структуре современных российских трудовых отношений ТК полностью исчерпала свое предназначение, в полном объеме выполнила свою социальную и регулятивную роль и к настоящему времени мешает динамичному развитию общественных отношений в сфере труда [2, с. 74]. На сегодняшний день ТК уже не служит средством контроля со стороны государства трудовой деятельности гражда-

нина, и не является инструментом воздействия на трудовое будущее человека. В соответствии со ст. 37 Конституции РФ труд свободен, принудительный труд запрещен.

Ввиду этого законодатель ради спокойствия тех, кто боится полной цифровизации данных, дает право сохранить возможность ведения бумажной ТК. Автор считает, что подобный негативный сценарий маловероятен, поскольку с 2002 года в России уже действует система персонифицированного учета, и данные, необходимые для начисления пенсии гражданам, уже и так учитываются в цифровом виде, поэтому внезапно исчезнувшая информация без возможности восстановления является сюжетом нереалистичным. Отвечать за сохранность сведений о трудовой деятельности и пенсионных правах будет Пенсионный фонд России (далее — ПФР), а сохранность персональных данных работников, как и прежде, будет возложена на работодателя, согласно новой статье 66.1 Трудового кодекса РФ. Пока же сложно понять, насколько нововведение окажется ценным в будущем для работника и работодателя [3]. Как поясняют представители ПФР, сбой или взлом системы персонифицированного учета исключен. Вся информация хранится в распределенных системах баз данных, поэтому полная утрата сведений невозможна. К тому же опыт работы специалистов ПФР уже неоднократно позволил убедиться в качестве системы безопасности [4].

Говоря о положительных сторонах перехода на электронный аналог трудовой книжки, можно заметить ряд существенных преимуществ

перед традиционной бумажной версией документа для работников, а именно:

1. Гражданин в любой момент может оперативно получить актуальные и достоверные сведения о своей трудовой деятельности.

2. Электронную ТК работник не сможет потерять, поскольку информация о его трудовом пути будет отслеживаться в личном кабинете на сайте Госуслуг, а также, в случае запроса, предоставить бумажную или электронную выписку сможет как работодатель по последнему месту работы, ПФР, так и территориальный орган Многофункционального центра (согласно Трудовому кодексу РФ).

3. Упростится возможность трудоустройства на дистанционную работу.

4. Станет легче отслеживать отчисление работодателем страховых взносов с зарплаты.

5. Станет удобней возможность получения сведений для оформления загранпаспорта, визы или кредита в банке.

6. Появляются возможности использования государственных услуг по данным электронной ТК.

7. В случае реорганизации, ликвидации организации или уничтожения бумажных ТК в связи с чрезвычайной ситуацией работнику не потребуется писать заявления, наводить справки и собирать документы для подтверждения стажа, поскольку документ будет иметь дубликат в цифровой версии.

8. Гарантируется высокая степень защиты персональных данных, поскольку передача сведений будет происходить через усиленную ква-

лифицированную электронную подпись.

Работодатели также имеют преимущества перехода на электронный формат ТК, а именно:

1. Минимизируются риски утраты и подделок ТК со стороны сотрудников и соискателей, а также ошибок и описок при заполнении или изменении данных.

2. Удобство систематизации и получения сведений ТК в базе данных.

3. Сократятся затраты на приобретение, ведение и хранение бумажных ТК.

4. Оперативная возможность аналитической обработки данных о трудовой деятельности сотрудников.

Недостатками нововведения является вероятность сбоя программного обеспечения и утечка данных вследствие взлома цифровой системы, существенные расходы государства на разработку программ, техническую поддержку и

дальнейшую доработку программ кадрового учета. Помимо этого, возможен затруднительный доступ к Интернету или недостаточная ориентированность в его информационных ресурсах, особенно людей старшего возраста. На работников делопроизводства возлагается двойная работа учета ТК – как на бумаге, так и в базе данных, а сроки сдачи отчетности сократятся, поскольку необходимые сведения нужно предоставить в ПФР не позднее рабочего дня при приеме или увольнении сотрудника.

Подводя итог, можно сказать что настоящая цифровая эпоха постепенно преобразует и замещает бумажные формы документов, в том числе и ТК граждан, и, несмотря на привычную, уже отлаженную систему их ведения, новая система электронного учета является перспективной новацией и имеет множество преимуществ для работников и государства в целом.

Литература

1. Федеральный закон от 16.12.2019 N 439-ФЗ "О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде" // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/60104.html/> (дата обращения: 10.12.2021).

2. **Назаренко, А. Б.** Практические задачи и риски при переходе на электронные трудовые книжки в РФ / А. Б. Назаренко, А. П. Семина // Вестник Академии знаний. 2020. №37(2). С. 212-217.

3. **Сетдарова, Л. Б.** Электронная трудовая книжка: реалии и перспективы / Л. Б. Сетдарова // Гуманитарные и юридические исследования. 2013. № 2. С. 73-78.

4. **Гладкая, К. В.** Использование информационно-коммуникационных и виртуальных технологий в обучении персонала / К. В. Гладкая, А. П. Семина // Московский экономический журнал. 2019. №11. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionno-kommunikatsionnyh-i-virtualnyh-tehnologiy-v-obuchenii-personala/viewer> (дата обращения: 10.12.2021).

5. **Орлова, Е. В.** Всё о переходе на электронные трудовые книжки в 2021

году: образцы приказа, заявления, уведомления/ Е. В. Орлова // Упрощенка. 2020. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.26-2.ru/art/355324-perehod-na-elektronnyye-trudovye-knijki-v-2021>. (дата обращения: 10.12.2021).

6. **Лиликова, О. С.** Актуальные проблемы внедрения электронных трудовых книжек [Электронный ресурс] / О. С. Лиликова, Д. И. Ферапонтова // Науч. образ. журн. «StudNet». 2021. №5. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45760782>. (дата обращения: 15.07.2021).

7. **Клепалова, Ю. И.** Переход на электронные кадровые документы: реалии и перспективы / Ю. И. Клепалова, О. Ю. Брюхова // Пермский юридический альманах. 2020. № 3. С. 526-535.

8. **Потапова, Н. Д.** К вопросу о цифровизации трудовых отношений: теоретические и практические аспекты / Н. Д. Потапова, А. В. Потапов // Цифровое право. 2021. №2. С. 45-64.

9. **Лиликова, О. С.** Трудовая книжка – электронная или бумажная, проблемы и перспективы совершенствования законодательства // Науч. образ. журн. «StudNet». 2021. №5. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45760824>. (дата обращения: 15.07.2021).

10. **Алимарданова, Н. А.** Проблемы внедрения электронной трудовой книжки / Н. А. Алимарданова, С. В. Петрякова и др. // Образование и право. 2020. №2. С. 102-105.

11. **Пестова, К. А.** Проблемы и перспективы внедрения электронных трудовых книжек в российской федерации / К. А. Пестова // Уральский журнал правовых исследований. 2020. №3. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-vnedreniya-elektronnyh-trudovyh-knizhek-v-rossiyskoj-federatsii/viewer> (дата обращения: 15.07.2021).

12. **Назаренко, А. Б.** Практические задачи и риски при переходе на электронные трудовые книжки в РФ / А. Б. Назаренко // Вестник Академии знаний. 2020. №37 (2). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prakticheskie-zadachi-i-riski-pri-perehode-na-elektronnyye-trudovye-knizhki-v-rf/viewer> (дата обращения: 16.07.2021).

13. **Журова, О. А.** Электронная трудовая книжка: понятие, преимущества и недостатки / О. А. Журова // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2019. № 4 (19). [Электронный ресурс]. – URL: <http://e-journal.omgau.ru/images/issues/2019/4/00802.pdf>. (дата обращения: 16.07.2021).

14. **Семенова, Е. М.** Электронная трудовая книжка как инструмент регулирования трудовых отношений в современной социально-экономической системе / Е. М. Семенова, И. В. Скоблякова, Т. Л. Лукьянчикова, А. Н. Вой-тенко // III Арригиевские чтения по теме: "Путь России в будущий мировой порядок". Орел: Картуш, 2020. С. 122-128.

15. **Василенко, М. Е.** Изменения в трудовом законодательстве с 1 января 2019 года / М. Е. Василенко, А. И. Иванова // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 4 (29). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izmeneniya-v-trudovom-zakonodatelstve-s-1-yanvarya-2019-goda> (дата обращения: 16.07.2021).

16. **Калуцкая, А. В.** Цифровизация в сфере труда – электронные трудовые

книжки / А. В. Калущая // Молодежь и системная модернизация страны. 2020. Т.3. С. 104-107.

17. **Гузенко, М. Э.** Оптимизация кадрового делопроизводства в условиях цифровизации / М. Э. Гузенко, И. К. Диланян // Управление персоналом организации в условиях цифровизации. Симферополь: Ариал, 2020. С. 288-308.

18. **Черепухин, Т. Ю.** Переход на электронные трудовые книжки как элемент защиты прав работников в условиях цифровой экономики / Т. Ю. Черепухин // Московский экономический журн. 2020. №9. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perehod-na-elektronnye-trudovye-knizhki-kak-element-zaschity-prav-rabotnikov-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 16.07.2021).

19. **Гозалова, А. В.** Электронные трудовые книжки в системе социально-трудовых отношений: функциональный аспект / А. В. Гозалова // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 2(31). [Электронный ресурс]. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42983955_59510934.pdf. (дата обращения: 17.07.2021).

20. **Елфимова, Е. В.** Некоторые вопросы цифровизации трудового права в современный период / Е. В. Елфимова // Экономико-правовые проблемы обеспечения экономической безопасности. Екатеринбург: Уральск. гос. эк. ун-т, 2020. С. 162-166.

21. **Суетина, Н. М.** Трудовая книжка: история и современность / Н. М. Суетина, М. Г. Зарецкая // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2020. № 1 (254). С. 58-64. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43067322_25429971.pdf. (дата обращения: 17.07.2021).

22. **Максимов, Р. С.** Электронная трудовая книжка: перспективы и реалии введения / Р. С. Максимов // Альманах мировой науки. 2019. № 8 (34). С. 91-92.

23. **Баранова, Н. В.** Электронные трудовые книжки риски и преимущества / Н. В. Баранова // Аллея науки. 2019. Т. 1. № 10 (37). [Электронный ресурс]. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41479772_89477517.pdf. (дата обращения: 17.07.2021).

24. **Филиппова, И. А.** Трудовые книжки и последствия их возможной отмены / И. А. Филиппова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 3 (1). С. 295–300. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-knizhki-i-posledstviya-ih-vozmozhnoy-otmeny> (дата обращения: 18.07.2021).

25. **Фарион, К. Ю.** Отмена трудовой книжки: возможности, реалии, перспективы / К. Ю. Фарион // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института. 2015. №3-4. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otmena-trudovoy-knizhki-vozmozhnosti-realii-perspektivy> (дата обращения: 19.07.2021).

26. **Малкеров, В. Б.** Трудовые отношения в условиях цифровизации экономики / В. Б. Малкеров // Вестник уральского юридического института МВД России. 2021. №1. С. 57-60. [Электронный ресурс]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/trudovye-otnosheniya-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki-1> (дата обращения: 19.07.2021).

27. **Киселева, Н. В.** Трудовая книжка: сущность, значение, перспектива отмены / Н. В. Киселева // Вестник воронежского института экономики и социального управления. 2019. № 2. С. 32-33.

28. **Смирнова, А. С.** Проблемы и перспективы введения электронных трудовых книжек в России / А. С. Смирнова // Информационные технологии в науке, бизнесе и образовании. Москва, 2020. С. 476-481.

29. **Кузьмина, И. В.** Электронные трудовые книжки, плюсы и минусы перехода / И. В. Кузьмина // Novainfo.ru. Москва, 2020. №113. С. 17-20.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

УДК 769

М. Э. Вильчинская-Бутенко

ПОСТГРАФФИТИ КАК КРЕАТИВАЯ ИНДУСТРИЯ

Рассматривается постграффити как коммерческая форма городского искусства. Отмечается, что коммерциализация граффити и настенных муралов началась с трансформации рисунков на стенах в рисунки на бумаге и выставочных практик. Объекты постграффити стали, таким образом, объектом продажи и потребления. Попытка Pictures on Walls Ltd приостановить перевод искусства в сферу потребления закончилась поражением.

Ключевые слова: постграффити, коммерциализация искусства, городское искусство, уличное искусство

Marina E. Vilchinskaya-Butenko

POST-GRAFFITI AS A CREATIVE INDUSTRY

Post-graffiti is considered as a commercial form of urban art. It is noted that the commercialization of graffiti and wall murals began with the transformation of drawings on the walls into drawings on paper and exhibition practices. Post-graffiti objects have thus become objects of sale and consumption. An attempt by Pictures on Walls Ltd to suspend the transfer of art to the consumer sphere ended in defeat.

Keywords: post-graffiti, art commercialization, urban art, street art

Конец 1960-х годов – период формирования американского граффити-движения в ходе ожесточенного противостояния райтеров с муниципальными властями. К началу 1980-х годов перманентная война с граффити на вагонах нью-йоркского метро привела к его выплеску на улицы американских и европейских городов: тэги, надписи, трафареты и

настенные росписи стали привычным явлением на стенах домов в любом городе. Рост популярности и легитимации граффити (разумеется, в форме рекламы) постепенно начал подвергаться коммерциализации. Так, например, в 1981 году работы известного райтера Криса «Дейза» Эллиса были представлены на групповой выставке *Mudd Club Beyond*

Words наряду с работами Жан-Мишеля Баскиа и Кита Харинга. Работы граффити-райтеров, перенесенные для продажи на холст, включали не только тексты, к ним добавляли иллюстрации, декоративные элементы, персонажей из мультфильмов, закладывая основу для так называемого постграффити и выводя эстетику уличного искусства за пределы городских улиц.

После выставки в Галерее Сиднея Джениса в Нью-Йорке (1983) и широкого резонанса в прессе термин «постграффити» был принят рядом журналистов, стремящихся описать более общую попытку городских властей и культурных магнатов вытеснить граффити с улицы в галерею. Усилия маргинализированных молодых людей, направленные на достижение коммерческого успеха, с одной стороны, во многих отношениях заслуживали уважения. С другой стороны, определяющей чертой этого сдвига, учитывая потребительский характер интереса арт-истеблишмента к «примитивному искусству» молодых пуэрториканских и афроамериканских авторов граффити, было ощущение угасания субкультуры, «продавшейся» агрессивному художественному буму 1980-х годов. Более позднее понимание постграффити указывает на качественное отличие новой модели городского искусства, известного как стрит-арт, от субкультуры, которая, как представляется, более комфортно и сознательно позиционируется между искусством и коммерцией.

Отношения между субкультурой граффити и миром искусства, по-видимому, определяется попыт-

кой сломать ряд распространенных бинарных связей, таких как улица / галерея, искусство / преступность, внутри / снаружи и, в конечном счете, высокое/низкое. Несмотря на растущее признание стрит-арта как нового направления в искусстве граффити, такие эстетические практики успешнее реализуются не тактикой одинокого уличного художника, а культурными посредниками, учреждениями и фирмами. В частности, компания под названием *Pictures on Walls Ltd (POW)* является примером реального взаимодействия между искусством и культурной индустрией.

POW была основана в 2003 году Бэнкси и его агентом, фотографом Стивом Лазаридисом, для производства ограниченного тиража трафаретных репродукций уличного искусства.

Главной привлекательностью трафаретной печати выступает ценность «ручной работы», что ставит ее в срединное положение между машинной печатью и оригинальным, «одноразовым» произведением искусства. Трафаретная печать также имеет прямые отсылки к современным уличным надписям, что делает ее особенно подходящим средством для создания такой эстетики. Например, небольшие вариации при нанесении краски, цветопередаче, положении трафарета и бумаги, а также человеческая «ошибка» в самом прямом смысле слова формируют неподражаемое качество и «грязную графику» уличного искусства. Иногда «любительский» подход и «несовершенства», получавшиеся в результате человеческой ошибки, делали отпечатки наиболее

привлекательными по сравнению с безукоризненной графикой компьютерных технологий.

В то же время широкое использование компьютерных технологий способствовало росту подделок. Бизнес *POW* основан на том, что печатается и продается только 200 оттисков. На практике этот принцип определил необходимость разработки ряда веб-технологий, которые могли бы выделять клиенту определенный номер заказа и эффективно отслеживать в случае перепродажи. Использование формальной системы нумерации художественных отпечатков – например, в форме «1/10» – оказало аналогичное влияние на то, как эти отпечатки оценивались и интерпретировались. На начальном этапе деятельности *POW* внимание к нумерации было минимальным. Однако вскоре компания поняла, что хорошо представленная система нумерации необходима для того, чтобы оттиски были приняты в качестве коллекционных и ценных арт-объектов. Нумерация отпечатков стала квалифицированной работой, выполняемой более опытными сотрудниками офиса, и для нумерации стал использоваться особый стиль.

Самую высокую стоимость имели оттиски, подписанные художником, они почти всегда продавались быстрее, чем неподписанные. Со временем *POW* осознала, насколько решающее значение это дополнение к напечатанному изображению имело для обеспечения эффективных продаж, поэтому взяла за правило выпускать какую-то часть каждого тиража с подписью художника. Большинство серьезных кол-

лекционером ясно обозначали свои предпочтения покупать подписанные оттиски, тем более что подпись на гравюрах иногда сама по себе была похожа на произведение искусства. В то же время *POW* исходила из понимания, что, учитывая молодую фанатскую базу, всегда важно предоставлять более доступный в финансовом отношении вариант, потому весь тираж редко подписывался. Таким образом, *POW* удалось сформировать гибридный статус трафаретной печати где-то между уникальным произведением искусства и товаром массового производства.

Осознавая опасность превалирования «чисто корпоративных» интересов, Бэнкси и Лазаридис стремились к тому, чтобы их проект *POW* был сосредоточен на доведении искусства до масс. Действительно, акционеры *POW* – художники, граффитисты и иллюстраторы, среди которых был иллюстратор *Gorillaz*, Джейми Хьюлетт, пошли достаточно далеко, чтобы сохранить бизнес как «большую маленькую компанию», нанимающую своих друзей для мелкосерийного производства под крышей *POW*. Их отношение основывалось на убеждении, что доступ к искусству должен быть как можно более неэлитным – своего рода корпоративная социальная ответственность, которая шла вразрез с мотивацией, основанной на прибыли. Эта ситуация требовала от компании постоянного соблюдения баланса между ценой, качеством и тиражом таких продуктов, чтобы дать «поклонникам» постграффити реальный шанс получить доступ к

искусству, частью которого они хотели бы стать.

Цель предоставления «доступного искусства» также поддерживала моральные установки акционеров через практику их собственного уличного искусства в сильном «анти-дискурсе»: против национальных правительств, полиции, капитализма в целом. Но одновременно тот же антикапиталистический дискурс помогал сохранять целостность бренда и привлекательность *POW*, особенно для молодежных рынков, которые в конечном итоге обеспечивали компании существенный оборот и прибыль. Можно сказать, *POW* демонстрировала феномен «отрицания экономики» торговцами произведениями искусства, как его описывал Пьер Бурдьё [1], но, тем не менее, важно рассматривать эту позицию как содержащую в себе определенную двусмысленность, которая лучше всего понимается не как покупка или продажа уличного искусства, а как проявление напряженности и взаимодействия между элитарным и массовым способами потребления искусства.

По мере того, как рынок художественной печати объектов постграффити рос, *POW* была вынуждена предпринять ряд шагов в управления тиражами. Например, простая запись пользовательских данных помогла облегчить систему «ограничительной покупки», в соответствии с которой количество оттисков, которые любой человек мог купить, составляло один экземпляр. Причина ограничений заключалась в

том, что покупатели приобретали 20 экземпляров одной и той же серии, а затем 19 выставляли на *eBay*. В стремлении использовать несоответствие между «доступной» ценой от *POW* и значительно более высокой стоимостью оттисков на процветающем вторичном рынке, *eBay*-спекулянты представляли реальную угрозу для бизнеса. В итоге *POW* внедрила в систему продаж интернет-технологии, которая была способна перекрестно ссылаться на имена, адреса и данные карт покупателей, а также составлять их «черный список». Другими словами, *POW* стремилась к тому, чтобы ее продукция привлекала людей, которые искренне увлечены этим видом искусства, хотя решить проблему фундаментального несоответствия между спросом и предложением на оттиски компания так и не смогла. На ее сайте значится: «...неминуемо разразилась катастрофа – и многие наши художники стали успешными. Уличное искусство было встречено в мейнстрим-культуре с доброжелательным пожатием плеч, и искусство, которое мы производили, стало еще одним доступным товаром. Несмотря на попытки установить цены, к сожалению, некоторые работы *POW* стали стоить десятки тысяч фунтов» [2]. Забегая вперед, надо сказать, что в 2017 году *POW* прекратила свое существование (*рис. 1*), не справившись с напором потребительской культуры, которая навязывает в качестве эстетического все, что соответствует требованиям массового производства.



PICTURES ON WALLS

Рис. 1. Интернет-страница *Pictures on Walls Ltd* сегодня (<http://www.picturesonwalls.com/>)

Потенциальные покупатели, которые видели работы на eBay, регулярно связывались с *POW*, чтобы проверить номер оттиска и продавца на подлинность. В итоге, учитывая объемы запросов, *POW* начала взимать плату за эту услугу и настаивала на том, что является единственным источником, способными подтвердить оригинальность работы. В конечном результате на художественном рынке стрит-арта сами потребители, а не только законодательство, приняли активные меры для защиты и определения подлинности собранных ими произведений. Обмен знаниями в социальных сетях также имел решающее значение для формирования моды на коллекционирование постграффити. Например,

на «Форуме Бэнкси» Дэна Силка был проведен ряд широких обсуждений, таких как «Чат Бэнкси + Урбан и поп-арт», «Советы по оформлению и переоформлению», «Фотографии стрит-арта и граффити», а также ссылки *directweb* на поисковую систему *eBay*. Такая обширная информация при обсуждении узких аспектов коллекционирования постграффити указывает на целый мир потребления, который стремится к контекстуальным знаниям об истории стрит-арта, обмену идеями об эффективном хранении и демонстрации произведений уличного искусства, а также циркуляции изображений уличных работ, размещенных в физическом городском ландшафте, наряду с более откры-

венной коммерческой информацией о ценах и подлинности оттисков.

Итак, как ключевой культурный продукт, появившийся в индустрии уличного искусства, трафаретная печать ограниченного тиража, производимая *POW*, дает возможность сделать три вывода. Во-первых, *POW* можно считать попыткой обойти идеологические дебаты о «продавшейся» уличной культуре и вместо этого сосредоточиться на по-

пытках таких фирм по продвижению стрит-арта/постграффити как искусства. Во-вторых, деятельность *POW* иллюстрирует особый вид городской активности, который выходит за пределы творческих центров и проникает в жизнь гораздо большего числа горожан. В-третьих, попытка *Pictures on Walls Ltd* приостановить перевод искусства в сферу потребления закончилась поражением.

Список литературы

1. **Бурдые, П.** Производство веры. Вклад в экономику символических благ // Пьер Бурдые Социальное пространство: поля и практика. пер. с фр. яз.; сост. Н. А. Шматко. Москва, 2005. С. 177-271.

2. Pictures on Walls [Официальный сайт]. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.picturesonwalls.com/> (дата обращения 13.09.2021)

М. М. Маслов

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

ДИЗАЙН ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКИ В ТРУДАХ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

В статье анализируются научные труды зарубежных и российских авторов, имеющих прямое и косвенное отношение к исследованию территориальной айдентики. Поднимается вопрос о междисциплинарности, отсутствии четкой методологии анализа у российских исследователей, что представляет научный интерес и создаёт прецедент для формирования такой методологии.

Ключевые слова: *территориальная айдентика, символика, логотип, эмблема*

Michael M. Maslov

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

DESIGN OF TERRITORIAL IDENTITY IN THE WORKS OF RUSSIAN AND FOREIGN RESEARCHERS

The article analyzes the scientific works of foreign and Russian authors who are directly and indirectly related to the study of territorial identity. The question is raised about interdisciplinarity, the lack of a clear analysis methodology among Russian researchers, which is of scientific interest and creates a precedent for the formation of such a methodology.

Key words: *territorial identity, symbolism, logo, emblem*

Комплексная коммуникативная система, сформировавшаяся в XXI веке в связи с тотальной глобализацией экономики и развитием информационных технологий, туризма и бизнеса повышает важность идентификации территорий – стран, городов, областей, – подчёркивая их

конкурентные преимущества посредством территориальной айдентики.

Дизайн территориальной айдентики – практически не исследованная область, относительно новая для мировой и российской практики. Отсутствует сформированная научная

база, терминология и методология в данной области. Задача данного исследования заключается в анализе трудов наиболее крупных российских и зарубежных авторов, исследующих территориальную айдентику и визуальную символику мест.

Автором были отобраны научные работы наиболее крупных зарубежных и российских авторов по следующим критериям, вне зависимости от специальности: 1) возникновение идеи брендинга территорий, и как следствие – создание визуально-графического коммуникативного набора элементов для их репрезентации; 2) появление в России идеи брендинга территорий и создание для них логотипов, эмблем, а также сопутствующих атрибутов графического дизайна по аналогии с западной моделью; 3) анализ современной территориальной символики городов и стран с точки зрения искусствоведения; 4) упоминание термина «территориальная айдентика». В задачи исследования вошёл анализ трудов авторов, наиболее близких к исследуемому вопросу, проводивших комплексные исследования по теме.

Объединить в настоящей статье абсолютно всех авторов, в том или ином виде касающихся дизайна современной территориальной символики, не требовалось в виду их малой научной значимости для текущего исследования, и не представляется возможным в связи с колоссальным количеством таких статей. Однако большое количество научных трудов по теме исследуемого вопроса и упоминание о нём в статьях, монографиях свидетельствует о высоком научном интересе к дизай-

ну территориальной айдентики и брендированию городов, стран, областей.

Среди зарубежных авторов, пишущих на тему территориальной идентификации, следует особо выделить трёх – Саймона Анхольта, Кейта Динни и Филиппа Котлера. Они рассматривают в своих трудах преимущественно брендинг территорий, а не конкретно дизайн и формирование положительного имиджа мест, развитие и продвижение городов, стран посредством различных инструментов, одним из которых является создание современной территориальной айдентики, понятной каждому. Американский исследователь Саймон Анхольт в начале 2000-х годов впервые применил словосочетание «территориальный брендинг». До С. Анхольта брендинг рассматривался исключительно как прерогатива коммерческих товаров, а маркетинговые инструменты применялись, как правило, в менеджменте и аналитике корпораций и крупных бизнес-холдингов, но не стран и городов. С. Анхольту принадлежит монография «Бренд Америка» [1], в которой автор проводит культурно-исторический анализ имиджа Соединённых Штатов Америки, и то, какие средства были задействованы для его улучшения и распространения на другие страны. Как один из аспектов, автор выделяет и визуальную айдентику в качестве инструмента для повышения авторитета страны, что представляет научный интерес для настоящего исследования.

Ещё один зарубежный исследователь территориальных брендов – Кейт Динин, автор труда «Брендинг

территорий» [2], рассматривает территориальный брендинг и визуальную идентификацию мест с точки зрения экономической политики. В настоящей статье данная монография была исследована на предмет анализа национальных моделей, какие подходы и принципы в создании идентификаторов используются в разных странах, учитывая национальную составляющую. С точки зрения искусствоведения важным аспектом являются подходы к созданию такой айдентики: выражение национального компонента через лаконичную абстракцию, либо экспрессивное выражение какого-либо иконического символа для конкретной страны в её эмблеме. Кейт Динин особо подчёркивает, что к созданию айдентики должны быть причастны все стороны, которые могут повлиять на будущее города, а также то, что бренд места очень отличается от брендов коммерческих товаров.

Американский экономист и маркетолог Филип Котлер является автором монографии «Маркетинг мест» [3], отдельные главы которой посвящены маркетингу достопримечательностей, маркетингу людей, стратегиям улучшения территорий, самобытности мест, эстетике городской среды, природных объектов, знаменитых личностей, событийному туризму. Особое внимание в работе Ф. Котлера уделяется формированию имиджа места, способам его измерения и продвижения, визуальным символам и слоганам территории, т. к. эти аспекты напрямую связаны с территориальной айдентикой, но лежат в плоскости других специальностей – рекламы, маркетинга, брендинга. Тем не менее, это

одна из первых монографий по данной теме, и некоторые рассмотренные в ней инструменты, такие, как поиск сильных и слабых сторон имиджа территории, стратегическое планирование подходят также для формирования визуальных коммуникаций в дизайне. На Ф. Котлера и его монографию ссылаются все российские исследователи в области территориальной айдентики, но не всегда это обоснованно. Непосредственно дизайну территориальной символики в монографии Ф. Котлера посвящён небольшой раздел, и рассматривается он исключительно как инструмент улучшения имиджа, в числе маркетинговых и брендинговых инструментов.

С. Анхольт, К. Динни и Ф. Котлер рассматривают визуальную айдентiku территорий неотделимо от её бренда – более широкого явления, изучение которого лежит вне рамок искусствоведения. Такой приём изучения территориальной айдентики в комплексе с её брендом автор данной статьи называет «американской моделью» – рассмотрение визуальных идентификаторов территории только через её бренд. Многие русскоязычные авторы копируют данный подход, что представляется некорректным не только из-за разницы в компетенциях (сфера искусствоведения и практическая сфера рекламы, маркетинга) но и в связи с существованием айдентики городов и стран отдельно от их бренда (при наличии такового) в постсоветском пространстве.

Существует также некоторое количество других зарубежных и российских авторов, исследующих территориальную айдентiku и брен-

динг мест с позиции разных наук. Так, Д. Макканелл [4] исследует их с точки зрения экономики и туризма; И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин [5], Н. А. Лысова [6] рассматривают идентичность территорий с точки зрения экономики; В. С. Блашенкова [7] – с точки зрения маркетинга, брендинга, рекламы; Е. А. Джанджугова [8] – с позиции маркетинга и экономики, И. А. Василенко [9; 10] – с позиции политических наук; А. И. Щербинин, Н. Г. Щербинина, А. В. Севостьянов [11] – с позиции международных отношений и мировой политики; М. М. Назаров, М. А. Папантиму [12] – в контексте социологии и предпринимательства.

М. В. Ахметова, М. И. Байдуж, Н. В. Петров [13] пишут о воспроизводстве новых смыслов в новой символике мест на рубеже XX-XXI веков. Их коллективная монография «Воображаемая территория: от локальной идентичности до бренда» позволяет проанализировать подходы к формированию территориальной айдентики и её дизайну в разных странах с позиции филологии, истории и теории культуры, экономики, маркетинга, что подчёркивает междисциплинарный характер предмета исследования. А. В. Чечулин [14] и А. П. Панкрухин [15] рассматривают территориальную айдентику, её дизайн и подходы к формированию с позиции маркетинга соответственно. Перечисленные выше монографии соприкасаются с темой настоящей статьи и исследования дизайна территориальной айдентики, а также составляют почти абсолютное большинство научных трудов по данной теме на русском языке.

Отдельно стоит выделить некоторых российских авторов, исследования которых наиболее близки проблематике дизайна территориальной айдентики. П. Е. Родькин – российский исследователь в области территориальной айдентики, определяет исследуемую область собственным термином – «бренд-идентификация территорий». Однако с формулировкой такого определения возникает вопрос, так как семантически это означает процесс, а не явление в дизайне. Кроме того, П. Е. Родькиным не учитывается, что не всякая айдентика является полноценным брендом в реальности, когда в то же время в классическом понимании термина «бренд» айдентика должна являться его частью. В России, в профессиональном сообществе и в повседневной речи «брендом города» ошибочно называют один лишь логотип или эмблему, в связи с чем уже требуется дифференциация – что такое логотип или эмблема места, а что такое бренд места, и как они связаны. В связи с этим понятие, предложенное П. Е. Родькиным, получается слишком обобщённым. Об ошибочном отождествлении визуальной айдентики и целого бренда пишут и российские, и зарубежные исследователи. Например, Кейт Динни не раз говорил – «...логотип – это не бренд города!» [16]. Но понятие «бренд-идентификация территорий» П. Е. Родькина определяет эти логотипы как полноценные бренды, с чем невозможно согласиться. В процессе научного анализа целесообразнее использовать понятие «территориальная айдентика» вместо «бренд-идентификации территорий», так как последнее гораздо

более чётко определяет различные идентификаторы мест, даже в разной степени их проработки.

Ещё одна причина невозможности использования понятия «бренд-идентификация территорий» заключается в специализации — брендинг как категория маркетинга лежит вне поля искусствоведения и технической эстетики, но в то же время в случае с территориальной айдентикой брендинг является смежной с дизайном дисциплиной. Стоит отметить, что и сам П. Е. Родькин употребляет понятие «территориальная айдентика» для обозначения визуальных территориальных идентификаторов [17]. Также данный термин употребляет А. М. Чудинова [18], что свидетельствует о верном обозначении предмета исследования автором. В трудах российских исследователей, приведённых выше, упомянутый термин практически не встречается, даже если речь идёт непосредственно о территориальной айдентике. Его используют только П. Е. Родькин, А. М. Чудинова и сам автор данного исследования в русскоязычных научных статьях.

В то же время исследовать вопрос подходов к формированию территориальной айдентики исключительно с позиции искусствоведения не представляется возможным. Американский философ и социолог И. М. Валлерстайн также говорит о междисциплинарности, предлагая проводить исследования не в дисциплинарном, а в проблемном поле, т. е., не ограничиваясь рамками конкретных дисциплин. На практике такой подход может не дать желаемого результата, т. к. для реализации междисциплинарного подхода необ-

ходимо обладать определённой базой знаний в других науках, но не всегда известно, насколько исследователь компетентен в этих дисциплинах. Исследуя какой-либо территориальный идентификатор, мы изучаем его с позиций иконографического и семантического анализов, проводим параллели с национальными дизайн-школами, подробно рассматриваем заложенные в него смыслы, его актуальность, применимость и возможность внедрения в городскую среду. Возможно, потерпевший неудачу бренд территории выполнен хорошо с точки зрения дизайнера, но недостаточно хорошо внедрялся в городское пространство, в связи с чем не получил известности и не ассоциировался с территорией. Все перечисленное часто ставит под сомнение качество дизайна, когда происходит поиск причин провала кампании, как считает К. Динни.

Д. В. Визгалов — ещё один крупный российский исследователь территориальной идентичности — рассматривает визуальную символику брендов мест (территориальную айдентикку) с точки зрения маркетинга и брендинга, особо выделяя важность визуальной символики и поиска смыслов для её формирования. В его работах присутствуют примеры айдентики, рассмотренные с точки зрения маркетинга и брендинга, а также подробно рассматриваются источники формирования смыслов такой айдентики [19; 20].

А. К. Стась рассматривает территориальную айдентикку как «новую геральдику» — современную визуальную символику мест, пришедшую на смену гербам [21]. Кроме геральдики, в качестве прототипов

современной территориальной айдентики А. К. Стась обозначает брендинг. Так же, как П. Е. Родькин и Д. В. Визгалов, А. К. Стась анализирует многие образцы мировой территориальной айдентики и рассматривает их с позиции маркетинга, брендинга, социологии. Особую важность представляет его монография «Новая геральдика» [21], в которой утверждается о прямом наследовании функций геральдики современной территориальной айдентикой. В этом логично согласиться с автором, но нельзя согласиться с тем, что территориальная айдентика является именно «новой геральдикой»: во многих европейских и российских городах она существует в сфере туризма и гостеприимства, событийном туризме, оформлении городского пространства, но в государственном секторе продолжает использоваться традиционная геральдика, без изменений. Таким образом, по логике А. К. Стася, территориальная айдентика является скорее «дополнительной геральдикой», а «новой» она была бы только в том случае, если бы полностью упразднила государственные гербы. В то же время отменять историческую геральдику, тем более в государственном секторе, и не требуется. Многие жители территории трепетно относятся к своим историческим символам, отчасти поэтому при разработке новых визуальных идентификаторов зачастую используется выделенный автором статьи «исторический подход к формированию территориальной айдентики» – переработка уже существующих символов территории (герб, флаг) в коммуникативный дизайн посредст-

вом стилизации, интерпретации, упрощения. Важнейшие символы остаются узнаваемыми, но подаются по-новому – в современной графической обработке. О важности взаимодействия существующей геральдики и современной территориальной айдентики, а также установлении правил в данной области говорит и П. Е. Родькин в своей монографии «Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн» [17].

Существующую официальную территориальную символику мест (гербы, флаги), имеющую место быть там, где ещё нет современной территориальной айдентики, мы называем «альтернативной территориальной айдентикой», так как данная символика фактически выполняет функции территориальной айдентики – официальный герб города используется в его рекламе для туристов. Такой подход не является корректным: для развития туризма необходимо использовать средства графического дизайна, обладающего большой гибкостью и выразительностью, а не строгую официальную символику, созданную по определённым правилам для других целей. Также из-за отсутствия единого подхода к категориальному аппарату территориальную айдентикой нередко называют «туристическим логотипом», когда целевых аудиторий у такой айдентики должно быть гораздо больше, чем исключительно сфера туризма. Кроме того, айдентика места не может состоять только из логотипа, даже если в действительности это так – необходим комплексный набор элементов: определённые шрифты, цветовой паспорт, шаблоны для вёрстки плакатов, по-

лиграфических изделий, городской навигации, и прочее, о чём говорят также Д. В. Визгалов, П. Е. Родькин.

Три крупнейших исследователя территориальной айдентики в России (П. Е. Родькин, Д. В. Визгалов, А. К. Стась) вне зависимости от собственной профессиональной компетенции рассматривают территориальную айдентiku только в комплексе с брендом – явлением более сложным и многомерным, по так называемой «американской модели». Такой подход они переняли у зарубежных исследователей (С. Анхольт, К. Динни, Ф. Котлер). Однако, учитывая реальное положение дел в России, зачастую айдентика существует там, где нет сформированного бренда места, например, в городе Мурманск, для которого была разра-

ботана модульная территориальная айдентика при коллаборации *Stas Marketing* и *LINII Group*.

В результате проведённого с целью сравнения подходов к формированию территориальной айдентики анализа трудов российских и зарубежных исследователей подтверждается, что данная область исследована неглубоко. Все исследователи по данной теме в России не имеют общего взгляда на проблему, в связи с чем невозможно выделить устоявшиеся модели исследования. Выявлена разница в проблематике и классификации образцов территориальной айдентики у отечественных исследователей, попытка копирования «американской модели» брендинга мест без должной адаптации под российские условия.

Литература

1. **Анхольт, С.** Бренд Америка: мать всех брендов / Саймон Анхольт, Джереми Хильдрет М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. 232 с.
2. **Динни, К.** Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / Под ред. Кейта Динни; пер. с англ. Веры Сечной. Москва: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. 336 с.
3. **Котлер, Ф.** Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн. Санкт-Петербург: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 384 с.
4. **Макканелл, Д.** Турист. Новая теория праздного класса / Дин Макканелл. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2016. 280 с.
5. **Рожков И. Я.** Бренды и имиджи / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. Москва: «РИП-холдинг», 2006. 256 с.
6. **Лысова, Н. А.** Маркетинг территорий / Н. А. Лысова. Москва: Проспект, 2019. 160 с.
7. **Блашенкова, В. С.** Бренд территории: создание и продвижение. Как это делается в России : практическое руководство / Вера Блашенкова. Москва: Консалтинговая компания "Конкретика", 2011. 320 с.

8. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. 3-е изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2018. 223 с.
9. Имидж регионов России: инновационные технологии и стратегии ребрендинга / под ред. проф. И. А. Василенко. М.: Международные отношения, 2016. 288 с.
10. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга / И. А. Василенко, Е. В. Василенко, В. Н. Ляпоров, А. Н. Люлько; под ред. И. А. Василенко. Москва: Экономика, 2012. 222 с.
11. Конструирование города-бренда / А. И. Щербинин, Н. Г. Щербинина, А. В. Севостьянов. Москва: Аспект Пресс, 2018. 240 с.
12. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования / М. М. Назаров, М. А. Папантиму. Москва: Книжный дом «Либроком», 2016. 216 с.
13. *Ахметова, М. В.* Воображаемая территория: от локальной идентичности до бренда / М. В. Ахметова, М. И. Байдуж, Н. В. Петров ; сб. ст. Москва: Неолит, 2018. 224 с.
14. *Чечулин, А. В.* Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А. В. Чечулин. Санкт-Петербург: Каро, 2021. 144 с.
15. *Панкрухин, А.П.* Маркетинг территорий / А.П. Панкрухин; 2-е изд., доп. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 416 с.
16. Кейт Динни в России [Электронный ресурс] – URL: <https://citybranding.livejournal.com/20853.html> (дата обращения 25.12.2021)
17. *Родькин, П.* Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн / П. Родькин. Москва ; Берлин: Директ-Медиа, 2020. 93 с. : табл., ил.
18. *Чудинова, А. М.* Логотип места: современные подходы к формированию территориальной айдентики / А. М. Чудинова // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. 2015 : материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Екатеринбург, 24 апреля 2015 г.). Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 155-158.
19. *Визгалов, Д.* Брендинг города / Д. Визгалов ; предисл. Л. В. Смирнягина. Москва: Фонд «Институт экономики города», 2011. 160 стр.
20. *Визгалов, Д.* Пусть города живут / сост. М. Губергриц, Н. Замятина, М. Ледовский. Москва : Сектор, 2015. 272 с.
21. *Стась, А.* Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды / А. Стась. Москва: Группа ИДТ, 2009. 100 с.

УДК 74.01/.09:7.033.3

В. Саван

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

АРАБСКАЯ КАЛЛИГРАФИЯ КАК ВИД ИСКУССТВА

Арабская каллиграфия рассматривается с художественной точки зрения как изначально возникшее пограничное явление между рисунком и живописью в европейском понимании. Отмечается, что ислам не предписывает особых форм искусства, а лишь область их выражения, поэтому для арабской каллиграфии намерение исполнителя и воздействие на зрителя являются определяющими факторами.

Ключевые слова: арабская каллиграфия, художественное наследие, ислам

Vasim Sawan

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

ARABIC CALLIGRAPHY AS AN ART FORM

Arabic calligraphy is considered from an artistic point of view as a borderline phenomenon that originally arose between drawing and painting in the European sense. It is noted that Islam does not prescribe special forms of art, but only the area of their expression, therefore, for Arabic calligraphy, the intention of the performer and the impact on the viewer are the determining factors.

Keywords: Arabic calligraphy, artistic heritage, Islam

Введение

В декабре 2021 г. ЮНЕСКО добавила арабскую каллиграфию – ключевую традицию арабского и исламского мира – в Репрезентативный список нематериального культурного наследия. На сайте ЮНЕСКО арабская каллиграфия определяется как «художественная практика плав-

ного арабского письма от руки с целью передать гармонию, изящество и красоту» [1].

Арабская каллиграфия – это не только движение, ритм и динамика; через эстетическое измерение языка традиционное арабское художественное произведение передает универсальность духовности. По словам

Видждан Али, искусство абстракции в исламском искусстве родилось не из-за недостатка мастерства со стороны художника, а из-за его неприятия материализма; его поиски были направлены на вечное воплощение духа [2].

Развитие арабской каллиграфии

Арабская каллиграфия, безусловно, принадлежит всему исламскому миру. Проследившая эволюцию арабской каллиграфии и ее историческое развитие, мы увидим большое сходство с сирийским или набатейским письмом, поскольку их существование предшествует исламу. Но набатейский алфавит представляет собой не более чем рудиментарное письмо: большое количество схожих букв без какой-либо системы расставления точек. Значение многих слов определяется только контекстом [3, с. 48].

Развитие арабской письменности происходит в исламский период путем создания системы письма. Признание ее оригинальности подтверждается Ахмадом Сабри Махмудом Зайидом, который утверждает, что арабская каллиграфия считается самой ранней формой исламского искусства и самым великолепным искусством, созданным цивилизацией [4, с. 9].

Все арабские письма делились в основном на две большие категории: скорописное – мукаввар ва мудаввар (изогнутый и круглый) и письмо с правильными геометрическими пропорциями – мабсут ва мустаким (удлиненный и прямой). Т. Буркхардт называл это двумя стилями письма, которые сосуществовали с первых веков ислама: куфи,

отличающийся статичной природой букв, и насх – разновидность скорописи с формами размашистых росчерков [5]. Из этих двух стилей письма (рис. 1) были разработаны виды каллиграфии более позднего периода. Однако Б. Мориц [6] утверждал, что и геометричное письмо, и скоропись сосуществовали до прихода ислама. Он относит оригинальную двойственность к технике письма на разных материалах: угловатый куфи как иератический и монументальный шрифт подходил для надписей на каменной кладке или монетах, а скоропись насха была адаптирована для использования на пергаменте.

В целом, идея техники является элементом ориенталистской теории, которая выдвигает антитезу священного и профанного. Точно так же в отношении другого вопроса другой востоковед Ясир Таббаа [7, с. 120] отметил различия в используемых письменах между кораническим и светскими письмом в формировании исламской каллиграфии. По его мнению, ранние рукописные письма использовались исключительно в светских целях, а не для Корана, написанного угловатым куфическим шрифтом. Его теорию поддерживает Аббат, утверждая, что светские и коранические письма подчинялись совершенно разным правилам каллиграфии, причем те, которые применялись к Корану, были гораздо более строгими. Поэтому большинство трактатов по каллиграфии касались светских, а не коранических письменностей, поскольку их авторами, как правило, были писцы и чиновники администрации.



Рис. 1. Слева – фрагмент Корана, выполненный на пергамене почерком куфи в VIII в. (Собрание С.-Петербургского филиала Института востоковедения РАН). Справа – список Корана, выполненный каллиграфическим почерком насх в 1844. (Собрание С.-Петербургского филиала Института востоковедения РАН)

И правила пропорции, внесенные Ибн Муклой и Ибн Баввабом, предназначались не для куфического текста Корана, а для большого разнообразия рукописных текстов. Другими словами, коранический куфический язык, который к X веку достиг очень высокого уровня, не был напрямую затронут изменениями Ибн Муклы¹; реформа сначала предназначалась для более мирских письменностей.

Это правда, что развитием исламской каллиграфии в ее нынеш-

¹ Ибн Мукла (886-940), каллиграф, внесший вклад в интеграцию геометрии в скоропись и известный как мастер пропорционального письма. Приобрел известность главным образом за изобретение системы пропорционального письма, основанной на принципах геометрического дизайна (андаса аль-хуруф). Его система пропорций была основана на измерении точками. Точка была образована нажатием кончика калама (тростникового пера) на бумагу до тех пор, пока не получился квадрат с ребром или ромб. Размер точки влиял только на размер текста; относительные пропорции букв оставались постоянными для каждого отдельного шрифта. Расставляя точки вершина к вершине, Ибн Мукла принял куфический алиф в качестве своего стандарта измерения. Придав каждой букве пропорциональное отношение к алифу, Ибн Мукла смог построить канон пропорций для всего алфавита.

нем виде мы обязаны великим каллиграфам, которые приложили свои усилия к совершенствованию скорописи, особенно Ибн Мукла и Ибн аль-Бавваб². Однако идея разделения отношения каллиграфии к божественному и светскому искусству автору кажется сомнительной. Вероятно, два сценария развивались параллельно. Преобладание шрифта со специфическими геометрическими пропорциями никогда не приводило к устранению скорописи. Непрерывность их существования в культуре ислама по-разному проявляется, но одинаково важна. Это подтверждается Т. Буркхардтом, который подчеркивает, что ни один из различных стилей исламской каллиграфии, зародившихся в разные периоды, даже не вышел из употребления.

Духовный базис каллиграфии

В рамках исламской теологии Аллах удостоил человека дара знания посредством письма пером. Од-

² Ибн аль-Бавваб (? -1022), каллиграф и иллюстратор, внес вклад в развитие многих ранних рукописных шрифтов.

нако знание о Боге является Высшим, никакие другие создания, включая человечество, не могли бы получить все Его знания. Таким образом, письменность стала одновременно средством передачи и способом выявления неспособности человека полностью воспринять божественное.

Ислам не предписывает особых форм искусства, а лишь область их выражения. Хотя запрет фигуративного искусства и живописи в Коране упоминается косвенно, но в хадисах утверждается прямо. В нескольких сурах Корана косвенно упоминается уничтожение язычников, которые поклонялись идолам, однако, нет прямого запрета на создание икон или скульптур – только на действие или ритуал поклонения идолам. Совершенно очевидно, что основным мотивом запрета икон в исламе является запрет многобожия. В Коране упоминается имя Бога как аль-Мусаввир (т. е. Дарующий облик и форму). Как единственный творец, Он не может допустить никаких конкурентов, отсюда и противостояние идолам. Но эта интерпретация, как предполагает О. Грабар [8], не была сознательно принята во времена становления ислама и, возможно, может быть причиной существования изобразительного искусства в первые века Хиджры. Существование изобразительного искусства в частных домах доисламской эпохи не было чем-то новым, поскольку доисламская арабская традиция признавала идолопоклонство. В предании, переданном мусульманским историком и агиографом Ибн Исхаком, упоминается история идолопоклонника Амра ибн аль-Джа-

муха, который хранил идола, Ма-нафа, сделанного из ценного сорта дерева.

Запрет содержится в хадисных материалах. Причины этого запрета – от напоминаний об удовольствиях мирской жизни до попыток подражать Аллаху в акте творения – относятся к нежелательным, неодобряемым действиям, т. е. намерение исполнителя и воздействие на зрителя являются определяющими факторами в этом отношении [9]. Таким образом, статус изобразительного искусства в значительной степени зависит от намерений и воздействия на мусульман. Так, мусульманам разрешается создавать и использовать изображение при определенных условиях: если оно не создано с намерением сделать его почитаемым идолом, не претендует на уподобление творению Аллаха, не создано для поклонения правителям, лидерам или кому-либо еще, не заставляет мусульман пренебрегать своими религиозными обязанностями. Как результат – запрет на изображения и статуи в исламском праве способствовал процветанию искусства каллиграфии в качестве альтернативы. Мусульмане предпочитали представлять идеи в абстракции, соответствующей духу единобожия, и отвергали материализацию, напоминающую пресловутое язычество. В результате письменность превратилась в главное идеологическое средство выражения, заменив изображения, используемые у других народов в качестве знаков для различных функций, таких как вера, власть и легитимность. В конце концов, «образы слова» стали главной характеристикой исламского искусства.

Мистический базис каллиграфии

Одним из мистических качеств, связанных с каллиграфией, является то, что каждая из букв содержит скрытые знания и наделена особыми способностями. В работе «Ильм аль-Хуруф» («Наука о письменах») Фаллаллах Аль-Хуруфи (1340–1394) из Ирана, основателя культа Хуруфийя, отражена его точка зрения на значение определенных чисел и букв. Аль-Хуруфи верил, что между буквами и цифрами существует тесная взаимосвязь, поскольку, как он подчеркивает, слово является высшим проявлением Бога, а вся совокупность букв и их числовых значений, согласно абджаду³, является совокупностью всех исходящих и творческих возможностей Бога и является проявлением Самого Бога.

В ходе своих исследований аль-Хуруфи относил все религиозные заповеди к двадцати восьми буквам арабского алфавита. Двадцать восемь букв можно было разделить на четыре равные категории, соответствующие алхимическим элементам огня, воздуха, земли и воды. Следовательно, определенные комбинации букв ассоциировались с определенными ситуациями и даже использовались в астрологических предсказаниях и в магии в качестве талисманов против определенных недугов: буквы группы «вода» могли уменьшить или устранить лихорадку; буквы группы «огонь» могли разжечь войну. Кроме того, комби-

нации букв также были связаны с символом космической гармонии и совершенством Бога, отраженного в Его творении. Если цифры и буквы объединены, это показывает геометрию души. Согласно этой точке зрения, все разворачивается в неделимом единстве Аллаха. Эта теория впоследствии проникла в метафизику символов, особенно в органической и психосоматической медицине.

Буквы также могли преобразовываться в нечто иное, чем слова. Каллиграфия несла в себе возможности иконографических ценностей, особенно в виде зооморфных и антропоморфных фигур: в форме птицы, слона, льва (рис. 2), молящегося человека (рис. 3).

Традиция исламской каллиграфии в виде зооморфных и антропоморфных фигур идет с начала XIX века от шиитов. Красота исламского искусства также заключается в том, что арабские буквы можно использовать как инструменты для создания визуальной музыки: арабская вязь может быть танцем восходящих вертикалей, нисходящих кривых и умеренных горизонталей, прекрасно поставленным для достижения взвешенного баланса между статичной индивидуальной формой и ее ритмичным движением. Большая вариативность формы может быть достигнута за счет правильной игры букв и слов: они могут быть максимально уплотнены или растянуты, могут быть угловатыми или изогнутыми, маленькими или большими (рис. 4).

³ Абджад – система письма для арабского языка, исторически также используемая в качестве системы счисления, в которой арабские буквы интерпретируются как цифры, обычно используемые для оформления списков, а также в нумерологии.



Рис. 2. Лев, созданный при помощи каллиграфии. Текст содержит восхваления мусульманского халифа Али



Рис. 3. Молящийся человек, каллиграфия Валида Аль-А'Ами, Ирак.

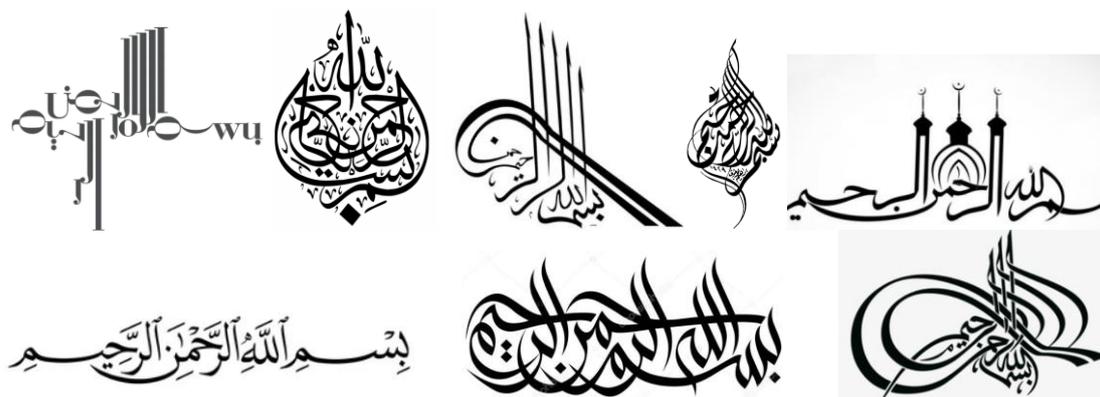


Рис. 4. Восемь вариантов написания фразы «Во имя Аллаха милостивого милосердного»

При этом создаваемое произведение искусства не подчеркивает внешние формы человека и природы: мусульманские художники предпочитают концентрироваться на внутренней реальности вещей. Это делает их искусство абстрактным по своей природе и богатым геометрическими узорами. Исламская калли-

графия соответствует концентрации на внутренней реальности, выраженной в эстетических формах и написанных словах. Форма каллиграфии по своей природе, будь то скоропись или куфи, олицетворяет красоту, которая отвечает духовности. Добавление написанных слова, будь то слова Бога, хадисы или высказы-

вания мудрецов, усиливают красоту смысла. В большинстве случаев предметы искусства мусульманских народов должны были служить постоянным напоминанием о Таухиде⁴.

Поскольку каждое действие и мысль мусульманина имеют религиозную связь, считалось желательным включать отрывки из Корана в каждый предмет интерьера и утварь. Отрывки из Корана, написанные красивым каллиграфическим письмом, наносились не только на религиозно значимые предметы, но также и на ткани, одежду, сосуды и подносы для сервировки, сундуки и мебель, стены и здания в каждом уголке мусульманского мира. Это отражает акт превращения простой утвари в напоминание о Боге, переход от обычной вещи – к необычной, от неправедной утвари – к священной. Каллиграфия возвышает обычную вещь до уровня почитаемой, к которой относятся с большой осторожностью, поскольку она несет слова Бога. Другими словами, каллиграфия сама по себе является почитаемым элементом и, таким образом, занимает самое высокое место в иерархии исламского искусства наряду с архитектурой: «...в изобразительном искусстве высшие искусства, которые являются священными <...> являются каллиграфия и архитектура.

Один связан с написанием Слова Аллаха в форме Корана, а другой – с созданием пространств, в которых звучит Слово Божье, пространства мечети, продолжением которой в некотором смысле является вся остальная исламская архитектура» [10].

Выводы

В исламской традиции термин «живопись» используется не так, как это принято на Западе, а в форме иллюстрации и в книжном дизайне. Если в европейской живописи средством выразительности является цвет (наряду с тоном и линией), а поверхностью для нанесения изображений – холст, дерево, стена и т. п., то для исламской каллиграфии с точки зрения ее развития и соответствия исламскому праву и принципам, намерение исполнителя и воздействие на зрителя являются определяющими факторами, а цвет играет вспомогательную роль. Наши результаты показывают, что арабская каллиграфическая традиция изначально линейна и стационарна, закрыта и постоянна, поскольку в ее основе лежат духовные и мистические идеи и традиции.

⁴ Таухид – фундаментальный исламский догмат о единственности и единстве Аллаха.

Литература

1. Arabic calligraphy: knowledge, skills and practices. – URL: <https://ich.unesco.org/en/RL/arabic-calligraphy-knowledge-skills-and-practices-01718>
2. Contemporary Art from the Islamic World / Wijdan Ali; Suhail Bisharat; Hassan bin Talal, Prince of Jordan, Barbican Art Gallery, Jam‘īyah al-Malakīyah lil-Funūn al-Jamīlah (Jordan). London, Amman: Scorpion Pub., Royal Society of Fine Arts, 1989. xii, 288 p.
3. Art of Islam : language and meaning / Titus Burckhardt ; foreword by Seyyed Hossein Nasr; introd. by Jean-Louis Michon. Commemorative ed. (Sacred art in tradition) – URL: <http://traditionalhikma.com/wp-content/uploads/2015/03/Art-of-Islam-Language-and-Meaning-by-Titus-Burckhardt.pdf>
4. *Ahmad Sabri Zayid*. Tārīkh Al-Khat Al-‘Arabī Wa A’lām Al-Khaṭṭātīn, Cairo, Egypt: Dār al-Faḍīlah, 1998. 79 p. – URL: <https://vdoc.pub/documents/al-khat-al-kufi-1fc8shul4kfo>
5. *Буркхардт, Т.* Сакральное искусство Востока и Запада. Принципы и методы / пер. с англ. Н.П. Локман. Москва: Алетея, 1999. 216 с., ил.
6. Arabic Palaeography, a Collection of Arabic Texts from the First Century of the Hidjra Till the Year 1000 / ed. by Bernhard Moritz. Reprint of the edition Cairo 1906. Ohio: Biblio Publ.:1986. 188 pl., IX p.
7. *Tabbaa, Yasser*. The transformation of Arabic writing: Part 1. Quranic calligraphy // *Ars Orientalis*. 1991. Vol. 21. P.119-148.
8. *Грабар, О.* Формирование исламского искусства / Пер. с англ., комментарий, послесловие – Т. Х. Стародуб. Москва: ООО Сафра, 2016. 448 с. ISBN 978-5-906016-74-4
9. *Бутенко, М. Э.* Становление и развитие культурно-досуговых традиций мусульман России: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 : СПб., 1997 205 с.
10. *Al-Faruqi Isma’il R., Al-Faruqi Lois Ibsen*. The Cultural Atlas of Islam. London and New York: Macmillan Publ. Co. 1986. 512 p.

УДК 7.072.5

Н. А. Строгая

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

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИСКУССТВОВЕДЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ОПИСАНИЯ ОБЪЕКТОВ УРБАНИСТИЧЕСКОГО ИСКУССТВА

В статье предпринята попытка проведения формального анализа объектов урбанистического искусства на основе метода Г. Вельфлина. Отмечается, что метод формального анализа показал свою состоятельность при описании объекта урбанистического искусства лишь как некий ориентир для дальнейшего анализа произведения.

Ключевые слова: *искусствоведческий анализ, формальный анализ, урбанистическое искусство*

Natalia A. Strogaya

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

APPLICATION OF METHODS OF ART HISTORY ANALYSIS TO DE- SCRIBE OBJECTS OF URBAN ART

The article attempts to carry out a formal analysis of urban art objects based on the method of G. Velflin. It is noted that the method of formal analysis has shown its consistency in describing the object of urban art only as a kind of reference point for further analysis of the work.

Keywords: *art history analysis, formal analysis, urban art*

Объекты городского искусства экспериментируют со средой и построены на взаимодействии созданных автором образов с уличными поверхностями, на столкновении контрастных образов или размещении их в необычной перспективе.

Объект здесь включает в себя поверхность как часть того, что должно быть отчетливо видимым в качестве обрамляющего пространства. Тем самым уличное искусство стало новой формой самовыражения автора в городском пространстве, осно-

ванной на включении традиционного изобразительного искусства в архитектурный контекст и предметную среду, в результате чего возникают новые формы художественного синтеза. Городские объекты рассматриваются художниками стрит-арта как составная часть их произведений. Уличный художник вносит принципиально новые идеи и образы в архитектурный контекст, зачастую провокационные. Они начинают доминировать: идея художника становится первичной, а сам контекст (объект) вторичным.

Описывать объекты городского искусства необходимо не только с точки зрения истории искусства. Искусствоведение использует аналитические инструменты, связанные с формально-стилистическим методом, который ориентирован на описание таких формальных особенностей произведений искусства, как композиция, линии, формы, колорит, тональность изображения. Но, что важно, в контексте формально-стилистического анализа эти характеристики связаны с конкретными стилями или феноменами искусства. А формы искусства уличного пытаются «ускользнуть» от подобного анализа: стрит-арт наряду с композиционно-декоративными функциями обладает зачастую и глубоким социальным и культурно-философским содержанием.

Синтезировать уникальные критерии для системного анализа и описания объектов уличного искусства невозможно без обращения к традиционным методологическим подходам из области визуальных исследований.

В качестве основного мето-

логического ориентира обратимся к параметрам формального анализа, выделенным историком искусства Г. Вельфлиным [1]. Проводя сравнительный анализ искусства Ренессанса и Барокко, Вельфлин выводит пять пар основных понятий истории искусства.

Первая пара понятий – это линейность и живописность. Характеристики этих понятий можно наблюдать не только в классических стилях, Ренессансе и Барокко, но и проследить в произведениях искусства XX века. Линейность обусловлена специфической, четкой, конкретной формой и языком произведений искусства, тогда как категория живописности демонстрирует нам мягкость, подвижность, изменчивость, сложность построения композиции и колорита произведения.

Вторая пара – плоскость и глубина. Эти категории становятся наиболее отчетливыми при сравнении произведений классического искусства и модернистских течений.

Третья пара категорий – замкнутость и открытость формы. Категории замкнутая форма и открытая форма также наглядны в произведениях нового искусства и классического.

Четвертой парой понятий являются категории множественность и единство. Их достаточно хорошо можно выявить, обратив внимание на количество изображаемых элементов и специфику целостности или дробности демонстрации этих элементов в произведении искусства.

И завершающая пара понятий – ясность и неясность композиции. Категории, которые можно увидеть

в самых разных визуальных объектах, от произведений классической живописи до фотографии и видеоарта.

Используя категории формального анализа, предпримем сперва попытку описания произведения

изобразительного искусства – картины Э. Хоппера «Автомат» (рис. 1), которая в 2020 году была расположена на Литейном проспекте, д.51 в Санкт-Петербурге в натуральную величину (предположительно, работа Олега Лукьянова).

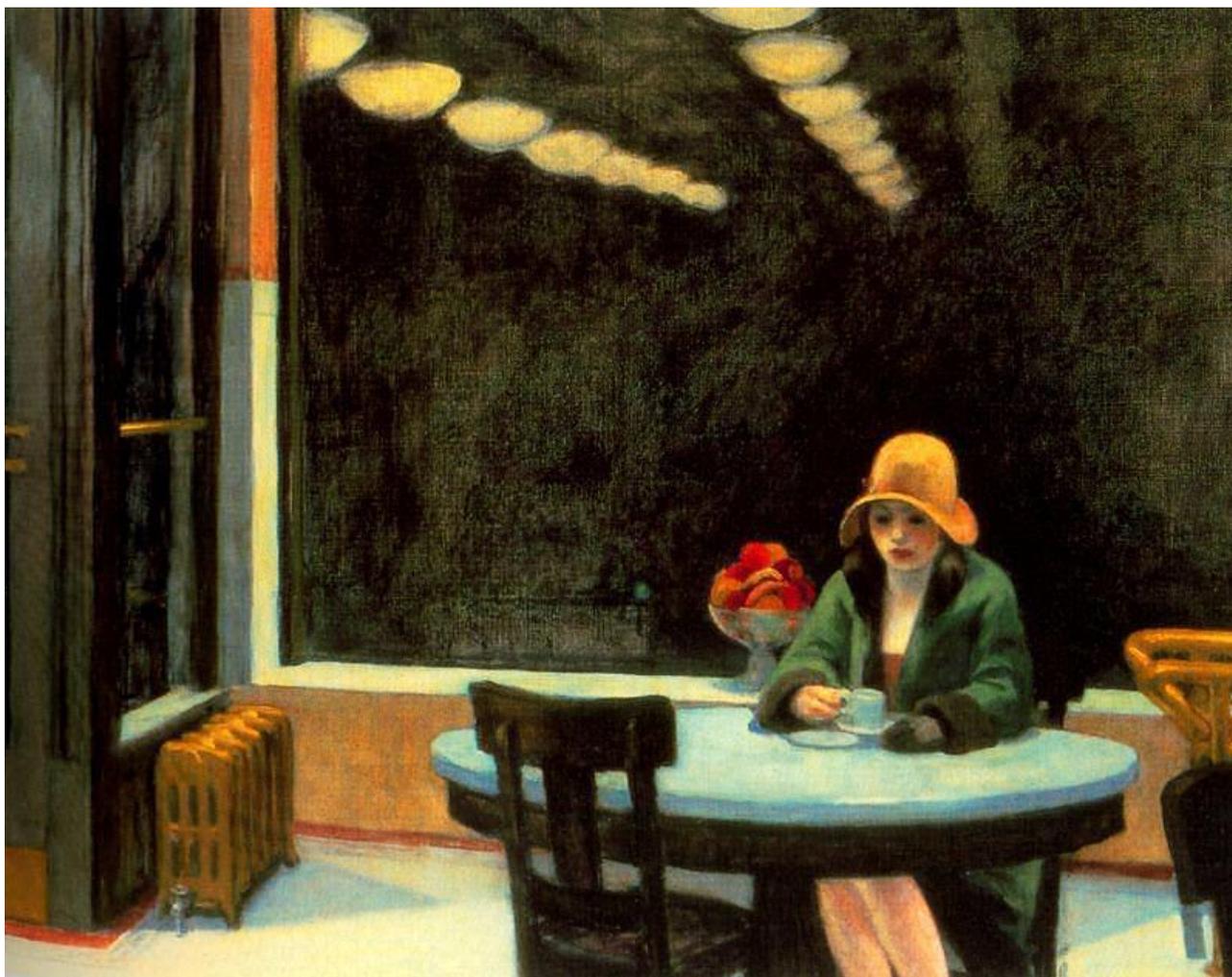


Рис. 1. Эдвард Хоппер. Автомат, 1927 г.

1. Базовые параметры произведения:

- 1.1. Размер картины – станковый.
- 1.2. Формат картины – квадрат.
- 1.3. Техника – масло.
- 1.4. Основа – холст.
- 1.5. Размер – 71х91 см.

1.6. Формат – квадратный. Персонаж изображен в правом нижнем углу квадрата.

2. Сюжетные особенности:

- 2.1. Жанр – бытовой.
- 2.2. Сюжет картины. На картине изображена смотрящая на чашку кофе девушка, сидящая в одиночестве в автомате – механизиро-

ванном кафе, которые были популярны в США в то время. На затемненном стекле отражаются одинаковые ряды светильников. Снаружи – полная темнота.

3. Формальные особенности:

3.1. Восприятие с расстояния. Картина Э. Хоппера «Автомат» имеет средний размер, при этом на картине отсутствует мелкие детали, которые нужно рассматривать очень близко к картине. Поэтому композиция картины лучше всего воспринимается с расстояния нескольких метров.

3.2. Э. Хоппер в «Автомате» решает изобразительную задачу передачи реальности предметов и пространства: персонаж и объекты внутри кафе изображены реалистично, без идеализации или экспрессивных искажений.

3.3. Доминирующим объектом в картине является окно, тем не менее, оно не позволяет ничего увидеть на улице – за окном царит полная темнота (это отступление как от обычной техники Э. Хоппера, так и от реальности, поскольку ночная улица Нью-Йорка полна света от автомобилей и уличных фонарей). Эта полная бессодержательность выделяет образы внутри помещения и акцентирует внимание зрителя на девушке.

3.4. Позиция зрителя. Наличие спинки кресла в правом нижнем углу картины говорит о том, что, возможно, зритель сидит за соседним столом.

3.5. Геометрические схемы расположения персонажей. Полотно картины можно разделить на четыре части – четыре мелких квадрата. Основная фигура – де-

вушка – занимает всего лишь четверть пространства картины и вписывается в правый нижний квадрат.

3.6. В основе композиции можно увидеть вертикальные линии, геометрию (круглый стол, квадратное окно, прямоугольник двери). Растянувшееся на всю стену окно, уходящие вверх линии дверей увеличивают, расширяют пространство, делая фигуру девушки еще более хрупкой. Изображение достаточно уравновешено, не перегружено многообразием фигур и деталей. Все элементы гармонично существуют в пространстве картины.

При первом взгляде на картину внимание к себе привлекает одинокая фигура девушки – она замерла, погруженная в собственные мысли. Больше взгляду зрителя не за что зацепиться в полупустом пространстве кафе.

Композиция картины создает ощущение статичности и отчужденности. На полотне изображена одинокая фигура девушки, погруженной в свои мысли. Улица темна, пустынна и будто безжизненна. Нет ни единого блика фонаря или точек звезд на черном небе. Остатки жизни будто сконцентрированы в ночном кафе, а за его пределами время остановилось, жизнь замерла. Все это создает ощущение ограниченности и замкнутости пространства.

3.7. Пространство картины заполнено темными красками, хотя вспыхки белого цвета, вертикали и горизонтальные линии, отражение ламп на стекле все-таки не дают этому пространству совсем умень-

шиться.

3.8. *Линейность контуров в картине хорошо просматривается – фигура персонажа хорошо различима, соблюдены все анатомические особенности, можно прочесть даже выражение лица девушки. Предметы также хорошо прорисованы и узнаваемы.*

3.9. *Объем объектов хорошо виден, он достигается при помощи создания теней, расположения или удаления объектов от зрителя. Тени предметов на первом плане более различимы.*

3.10. *Свет. Все пространство кафе освещено белым искусственным светом, создавая ощущение безжизненности. На картине нельзя увидеть источников света, кроме отражения ламп в стекле. Этот прием расширяет пространство зала, делая фигуру на переднем плане еще более хрупкой и потерянной.*

3.11. *Изображение является довольно обобщенным – фигура персонажа хоть и хорошо различима, но на картине нельзя увидеть мелких или детально прорисованных предметов. Поскольку фактура поверхностей или предметов не прорисована, зритель может только по цвету догадываться, из каких материалов сделана мебель и какие фрукты лежат в вазе.*

3.12. *Колорит в картине полностью зависит от освещения, которое сглаживает и приглушает краски. Сначала зритель видит свет и только потом различает цвета. Цветовая гамма картины выдержана в приглушенных, мрачных тонах с преобладанием черного, серого и коричневого цветов. Ярким цветовым акцентом можно назвать*

только вазу с фруктами позади девушки. Это небольшое яркое пятно указывает, что, хотя в кафе и создавалось ощущение остановившегося времени, жизнь в нем все же теплится.

Тени предметов не нарочито выделены и не создают дополнительных объемов, а, наоборот, сглажены едва различимыми цветовыми переходами. Цвет, заполняющий любой предмет, нанесен неоднородно, что выглядит естественно. Это особенно заметно на наиболее крупном, заполненном темным цветом участке – окне, где создано ощущение бликов света.

Таким образом, в живописи формальный анализ направлен на выявление специфики композиции, сочетания форм и линий, пространственного, тонального и цветового решения. Аспектам исторических, социальных или политических контекстов появления или бытования произведения отводится наименьшее внимание. В своих наиболее критических позициях формальный анализ подразумевает, что все необходимое для понимания произведения искусства уже содержится в нем, а контекст появления и история создания объекта, биография художника и отношения среды со зрителем вторичны. В то же время уличное искусство эти обстоятельства выводит за границы исключительно художественного восприятия.

Пары понятий, сформулированные Г. Вельфлиным, стали основой искусствоведения и позволяют сделать искусствоведческий анализ любого произведения, стиля, эпохи. Таким образом, параметры формального анализа не являются вели-

чиной статичной и позволяют применить этот метод в том числе к объектам архитектуры. В качестве

одного из таких объектов возьмем Центральный вокзал Хельсинки (рис. 2).



Рис. 2. Центральный вокзал Хельсинки, Финляндия, 1919 г.
Архитектор Готтлиб Элиэль Сааринен

1. Предназначение и функция сооружения. Главный железнодорожный вокзал в Хельсинки относится к транспортному сооружению. Помимо своей основной, транспортной, функции, он выступает также яркой достопримечательностью города и памятником архитектуры северного модерна.

2. Абсолютные размеры и соотношение с окружающей средой. Крупный вокзальный комплекс.

3. Избранные материалы для строительства и особенности их образного осмысления. Сочетание экстерьера из финского гранита с железобетонными внутренними

сводами. Облицовочный гранит формирует впечатление цельности сооружения. Используя эти материалы, архитектор стремился создать современное, строгое и рациональное здание.

4. План вокзала четок и прост. В основу всей композиции положен П-образный план, с трех сторон охватывающий пассажирскую станцию.

5. Общая организация пространства и масс. Объемно-пространственные акценты в здании выражены двумя вестибюлями на главном и боковом фасадах, соответствующими функциональной

схеме организации пассажиропотоков в вокзале. Более крупный по масштабу и главный по значению вестибюль, ориентированный на площадь, композиционно уравновешен напряжённой вертикалью часовой башни, поставленной около угла здания. Пространственные решения и функциональность сочетаются идеально, внутри просторно и вместе с тем уютно.

6. Конструкция и заложенные в ней идеи. Всему облику сооружения присущи суровая статичность каменных масс, создающих впечатление единства и монолитности объема.

Архитектор Сааринен соединил суровую монументальность со строгой функциональностью, обозначив тем самым переход национального романтизма в сторону большей простоты и рациональности. В связи с этим декоративные детали в стиле национального романтизма уступили место более рационалистическому, функциональному подходу, а орнаменты, если они и присутствовали, стали более сухими и абстрактными.

7. Масштаб здания по сравнению как с человеком, так и с окружением огромен.

8. Пропорции. В здании контрастно сочетаются «вертикали» (башенный объем) и «горизонталы» (массив здания). В целом создана композиция здания ассиметрична, со свободным сочетанием объемов.

9. Ритм. Простой ритмический ряд вертикальных проемов, повторяющихся форм и линий создает впечатление статичности, монументальности.

10. Светотеневая организа-

ция фасадов и внутреннего пространства. Во внутреннем пространстве вокзала свет проникает через застекленные гранитные арки и, гармонично дополняясь искусственным освещением, заполняет изнутри светом все здание вокзала.

11. Роль цвета и звуков. Общий колорит здания – темный (от розоватых до коричневых оттенков) и фактура облицовочного гранита, усиливают «суровость» в обрванной характеристике сооружения.

12. Соотношение со скульптурой. Вокзал украшен парными фигурами гигантов с шарами-светильниками в руках. Это единственное «украшение» здания возвышает и романтизирует облик современного транспортного сооружения, производственного по своей сути.

13. Временная организация восприятия сооружения и протекающей в ней жизни. Весь архитектурный облик вокзала хоть и создает ощущение неподвижности и устойчивости, все же создает динамический образ из-за назначения здания и ритма жизни, царящего в его стенах и окружающем пространстве.

Формальный анализ архитектуры требует или личного проживания произведения, или работы с большим количеством наглядного материала – планами, ландшафтными съемками, фотографиями фасадов с нескольких точек зрения, фотографии интерьеров и т. д.

Анализируя урбанистическую поверхность с нанесенным на нее произведением уличного искусства, мы будем смотреть на сочетание эс-

тетической и содержательной составляющих: как средства художественной выразительности – композиция, цвет, свет – работают в пространстве.

В качестве анализируемой единицы возьмем объект урбанистического искусства как наиболее широкую категорию, объединяющую в себе понятия санкционированного публич-арта и нелегального стрит-арта. Поскольку дифференциация понятий в области уличного искусства остается дискуссионным вопросом и заслуживает отдельного исследования, остановимся только на интересующем нас в контексте данного исследования термине «объект урбанистического искусства». М. Э. Вильчинская-Бутенко под арт-объектом урбанистического искусства подразумевает «образец искусства, созданный из различных материалов, в разных техниках и на разные темы, намеренно размещенный в городском пространстве для передачи творческой идеи художника путем визуального взаимодействия с публикой» [2].

Размышляя о формальных характеристиках при анализе объекта урбанистического искусства, в первую очередь обращаешь к тем смыслам, которые существуют в этом произведении и задаешься вопросами: как композиционные приемы должны раскрыть идею? Является ли произведение урбанистического искусства предназначенным для данного конкретного места? Какое значение имеет пространственный контекст и те смыслы, которые транслируют это пространство?

Попробуем ответить на эти

вопросы на примере формального анализа инсталляции Феличе Варини в Гран Пале, Париж (рис. 3).

1. Размер и соотношение высоты и ширины визуального объекта. Произведение повторяет размеры пространства, в котором оно размещено.

2. Форма произведения. Если смотреть на инсталляцию с «правильной» точки зрения, то можно увидеть образ квадрата с вписанными в него маленькими окружностями. Но если смотреть на произведение под другими углами, квадрат «рассыпается», образуя ломаные в пространстве формы. Таким образом произведение демонстрирует множественность интерпретаций

3. Соотношение разных элементов изображения. Изображение состоит из некоторого количества симметричных кругов, обрамленных яркими лучами, напоминающими нарисованные фигуры солнца. Все эти элементы являются неотъемлемыми частями единого архитектурного и композиционного решения.

4. Границы объекта совпадают с границами архитектурных поверхностей, на которые они нанесены.

5. Вписанность в среду. Феличе Варини делает акцент на пространстве и всегда тщательно выбирает архитектурные элементы, на которых собирается рисовать. Инсталляции всегда предназначены для конкретного места, на котором, как на холсте, рождается ювелирно выверенное под это пространство произведение.

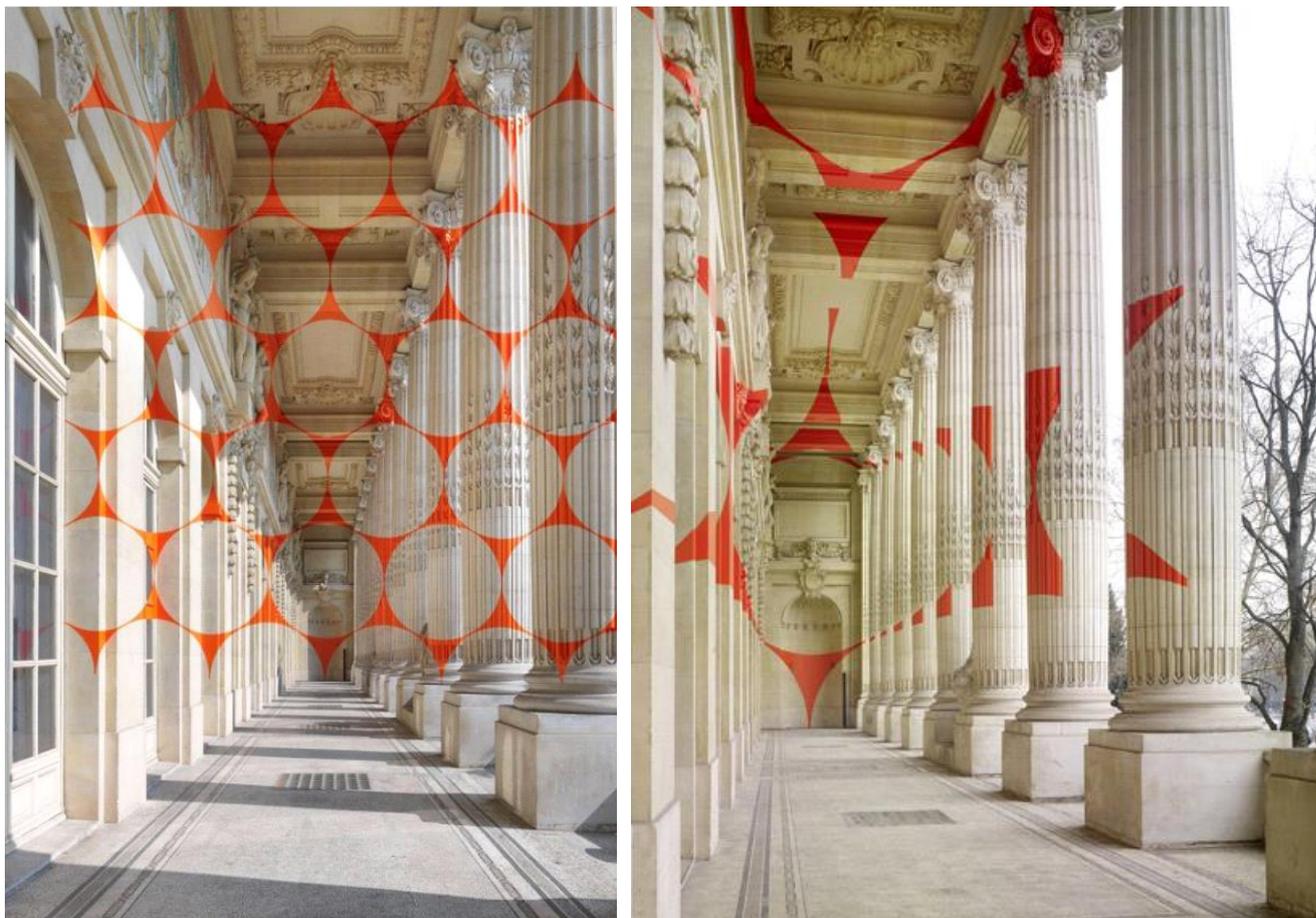


Рис. 3. Феличе Варини, Гран Пале, Париж, Франция, 2013. Вид с разных ракурсов

6. Композиция. В качестве доминирующих линий выступают окружности. Расположенные симметрично и разделенные небольшими линиями яркой краски, они создают впечатление контрастной сетки, через которую мы смотрим на светлые стены здания. Варини принимает во внимание различные факторы, такие как свет, тень, форма помещения, заполненные и пустые пространства таким образом, чтобы иметь возможность использовать их потенциал для достижения цели.

7. Плоскостность и объемность. Идейное содержание работ Феличе Варини заключается в дина-

мическом созерцании. Придавая большое значение архитектуре, на которой расположены его инсталляции, художник благодаря цвету объединяет двухмерную живопись и трехмерную архитектуру, благодаря чему они воспринимаются как одно целое.

8. Специфические функциональные особенности объекта. Данная инсталляция является чистой декорацией, которая не имеет функционального значения.

9. Точка восприятия. Используя синергию анаморфоза и цвета, художник создает оптические иллюзии. Цветные формы принимают свое реальное подобие только при

наблюдении с определенной точки зрения. Со всех других углов они кажутся просто случайными пятнами цвета. Подобный выбор художника объясняется еще тем, что пространство, где создаются инсталляции, имеет свою собственную форму и цвет. Получается, что природа и архитектура – соавторы иллюзий художника.

10. Характеристика пространства. В основе художественного подхода Феличе Варини лежит перспектива, которая служит отправной точкой для его технических усилий. Точка восприятия всегда выбирается по отношению к характерным особенностям архитектурного пространства. Он всегда учитывает элементы, которые необходимо подчеркнуть, исходя из того, как место будет использоваться зрителем.

11. Характеристика поверхности. Краска нанесена на неровную, фактурную поверхность колонн, стен, ломанные линии потолка.

12. Колорит. В своих произведениях Варини намеренно активно использует цвет. Этот цвет всегда тонально и колористически контрастен по отношению к поверхности, на которую он нанесен. Уже актом выбора цветов художник делает первый шаг к миру иллюзий.

Специфика создания, размещения, бытования арт-объекта в го-

родской среде, а также особенности его коммуникации со зрителем выводят произведение урбанистического искусства за границы привычного художественного восприятия. Из-за отсутствия зачастую таких важных характеристик как личность и биография художника, название произведения, данных о процессе его создания, как отмечают М. Э. Вильчинская-Бутенко и Н. Н. Рожков [2], затруднено эстетическое и материальное оценивание объекта урбанистического искусства.

Обилие методов интерпретации визуального содержания и отсутствие универсальной стратегии в этой области порождает необходимость выработки собственного, уникального набора аналитических категорий для классификации не только визуальных данных, но и материальной и контекстной основ произведений урбанистического искусства. Таким образом, формальный метод Г. Вельфлина показал свою состоятельность при описании объекта урбанистического искусства лишь как некий ориентир для дальнейшего анализа произведения. Однако для комплексного описания объектов городского искусства необходимо также обращаться к другим наукам и применять междисциплинарный подход.

Литература

1. **Вельфлин, Г.** Основные понятия истории искусств / Г. Вельфлин. Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2020. 244 с.
2. **Вильчинская-Бутенко, М. Э.** Подход к задаче комплексной оценки

Труды института бизнес-коммуникаций. Том 10. 2022

арт-объектов урбанистического искусства методами квалиметрии / М. Э. Вильчинская-Бутенко, Н. Н. Рожков // Обсерватория культуры. 2020. №17 (1) С. 74-87.

3. *Гольдман, И. Л.* Особенности формального и иконологического анализа и межкультурные связи на занятиях МХК / И. Л. Гольдман // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2007. Т. 172. С. 64-69.

В. Н. Шигорина

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата культурологии, доцента
О. Н. Судаковой*

ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ АВТОРОВ

Предпочтительность упаковки молочных продуктов среди россиян играет весомую роль, так как затрагивает увеличение удобства его потребления и наилучшую сохранность продукта. Следовательно, существует потребность изучения индивидуальности, эстетичности и технологических веяний передового дизайна упаковки. Для этого, в первую очередь, необходимо обратиться к научному опыту не только российских, но и зарубежных исследователей. В данной статье рассматриваются работы таких авторов, как М. М. Геличи-Зеко, Д. Луттерс, Р. тен Клоостер, П. Л. Г. Вейзен, У. Бильон, М. Я. Ренсбург, О. Ампуэро, Н. Вила, Х. Ванджику Вамбугу, Х. Г. Патель, Х. Модха, М. Ранганадхам, Г. Фассел. В исследуемых научных трудах показана проблема влияния дизайна упаковки молочной продукции на её восприятие потребителями, вопросы позиционирования своего продукта и бренда на рынке, воздействие стоимости товаров на выбор покупателей. Разбирая труды иностранных ученых, мы выявили особенности визуализации упаковки молочной продукции и её прямое воздействие на покупательскую способность. А также влияние дизайна упаковки, цены товара на позитивное восприятие продукции и, в соответствии с этим, выбор бренда и принятие покупательского решения.

***Ключевые слова:** дизайн, дизайн упаковки, молочная продукция, восприятие молочной продукции*

Viktoria N. Shigorina

*The paper was written under scientific supervision
Candidate of cultural studies, associate professor
Olga N. Sudakova*

THE INFLUENCE OF DAIRY PRODUCT PACKAGING DESIGN ON CONSUMER PREFERENCES: RESEARCH BY FOREIGN AUTHORS

The preference for packaging dairy products among Russians plays a significant role, as it affects the increase in the convenience of its consumption and the best preservation of the product. Therefore, there is a need to explore the personality, aes-

thetics and technological influences of advanced packaging design. Primarily, it is necessary to refer to scientific experience of not only Russian, but also foreign researchers. In this research are considered papers by authors such as: Gelici-Zeko M. M., Lutters D., Klooster R. ten, Weijzen P. L. G., 2. Wayne van Biljon, Mari Jansen van Rensburg, Ampuero O., Vila N., Dr. H. Wanjiku Wambugu, Patel H. G., Modha H., Ranganadham M., Fussell G. The researched scientific works show the problem of influence the packaging design of dairy products on its perception by consumers, issues of positioning our product and brand on the market, the influence value of goods on the choice of customers. Analyzing the works of foreign scientists, we have identified the features of visualization of packaging dairy products, and its direct influence on purchasing ability. Also influence of packaging design, product price on positive product perception, therefore, choosing a brand and making a purchasing decision.

Key words: *design, packaging design, dairy products, perception of dairy products*

Презентабельность упаковки молока и молочных продуктов среди россиян играет такую же важную роль, как и повышение удобства его потребления и лучшей сохранности. Отсюда возникает необходимость исследования эстетических и технологических тенденций современного дизайна упаковки молочной продукции. Для более глубокого изучения особенностей дизайна упаковки молочной продукции необходимо обращаться к научному опыту российских и зарубежных исследований. Литература зарубежных стран, которую мы использовали в работе, содержит уникальную информацию по способам и методам исследования влияния дизайна упаковки на ощущения потребителей, оказывающих влияние на выбор продукции. Также мы использовали несколько зарубежных статей, в которых отображены особенности графического дизайна при проектировании упаковки молочной продукции.

Актуальность темы исследования определяется тем, что в художе-

ственном проектировании, а именно в дизайне упаковки пищевых продуктов, наблюдаются тенденции к возвращению художественности как виду целесообразности, художественному замыслу как ценностному содержанию проектируемого объекта, а его выражение в виде художественной программы как важнейшая проектная процедура. Гуманитарные исследования потребительских свойств упаковки пищевых продуктов выявили, что её красочное оформление не только оказывает эстетическое воздействие на покупателя, но также ускоряет процесс продажи товаров, т. к. выбор человека зависит от того, какие чувства вызывает у него вид упаковки.

Несмотря на то, что рост количества решений о покупках усиливает коммуникационный потенциал упаковки пищевых продуктов, исследований по пониманию того, как визуальная упаковка влияет на последующие оценки и восприятие продукта и бренда потребителями, на сегодняшний день не так много.

Цель нашего исследования – выявить влияние дизайна упаковки молочной продукции на покупательские решения путем изучения и анализа научных трудов зарубежных авторов.

Проблема изучения визуального восприятия упаковки связана с особенностями её формообразования. В трудах М. М. Геличи-Зеко, Д. Луттерс, Р. тен Клоостер, П. Л. Г. Вейзен [1] показана проблема влияния дизайна упаковки на восприятие потребителями молочных продуктов в Нидерландах. В этом исследовании авторами использовались такие диаметрально противоположные методы, как «категоризация» и «перцептивное картирование» (заранее определенные критерии и критерии самого потребителя). Выявлено, что пищевая упаковка играет важную роль в привлечении внимания потребителей и формировании у них ожиданий, которые, в свою очередь, влияют на их восприятие продукта и покупательское поведение. Перцептивное картирование предоставило больше подсознательных восприятий, чем задача категоризации, потому что потребителей попросили описать продукты на основе дизайна упаковки в соответствии с их собственными критериями: «Участники не считали молочные продукты вкусными или приятными. Что касается йогурта и йогуртового напитка, то участники считали вкусными только те упаковки продуктов, которые имели определенный «вкус». Всего на четыре впечатления участники разделили йогуртовый напиток. Объяснение этому может заключаться в том, что йогуртовый напиток – это относительно новая

категория продуктов, и лишь несколько вариантов продуктов этой категории доступны в голландских супермаркетах» [1, с. 8].

Это означает, что атрибуты внешнего вида, полученные с помощью заданной категоризации, не дают объективного и точного обзора того, как потребители воспринимают продукты, основываясь на дизайне упаковки. Кроме того, результаты способствуют лучшему пониманию возможности неправильной интерпретации упаковки продукта и помогают дизайнерам разрабатывать упаковки, которые будут лучше соответствовать восприятию потребителя. Другими словами, если дизайн упаковки разработан адекватно, то благодаря ему возможна более эффективная коммуникация.

Стратегически важным вопросом во многих процессах разработки упаковки для различных рынков является то, что компании должны решить, как позиционировать свой продукт и бренд на рынке, поскольку этот выбор может привести к принятию большего количества дизайнерских решений. Вместе с тем необходимо понять, как учитываются такие переменные, как предыдущий опыт и личные характеристики покупателя на восприятие потребительского продукта, при условии, что большая часть повседневных решений принимается неосознанно, особенно в отношении быстро распространяющихся потребительских товаров.

Проблема выбора продукции потребителями в зависимости от стоимости товара и дизайна упаковки рассматривается в статье «Брендинг и дизайн упаковки: ключ-

чевые идеи по маркетингу молока на рынках Южной Африки с низкими доходами» авторами Уэйн ван Бильон и Мари Янсен ван Ренсбург [2]. В данной статье анализируется рынок для малообеспеченных слоев населения с целью получить представление о влиянии ценообразования, бренда и упаковки на предпочтение в выборе пастеризованного молока потребителями. Используя смешанный методологический подход, авторы изучили мнения более 100 респондентов, чтобы лучше понять их поведение как потребителей в отношении дизайна упаковки и влияния их отношения на решение о покупке. Результаты их исследования показали, что чувствительность к цене играет предпосылочную роль в принятии решения о покупке и, хотя большинство респондентов не готовы заплатить надбавку к цене за элементы дизайна бренда и упаковки, т. к. имеют ограниченный доход, что является явным сдерживающим фактором, они не могут позволить себе разочарований от покупки неудачного продукта, такого как молоко низкого качества или преждевременно истекший срок годности. Анализ ответов респондентов показал, что 39,2 % респондентов считают цену главным фактором при выборе продукта, далее следуют бренд (32,4 % респондентов) и имидж (12,7 % респондентов). Кроме того, 73,8 % опрошенных южноафриканских респондентов отметили, что цена имеет большее значение, чем бренд.

Таким образом, мы понимаем, что, упаковка используется для того, чтобы сообщить о преимуществах предложения, усилить впечатления

от бренда и обеспечить такие признаки бренда, как цена и качество, и большее влияние на восприятие бренда потребителем оказывает дизайн упаковки, в отличие от его рекламы. Знание бренда и доверие к нему также играют важную роль в восприятии качества, за ними следует образ (созданный с помощью визуальных стимулов) в предпочтениях выбора. Задача маркетологов состоит в поиске баланса между ценой и брендом, для того, чтобы удовлетворить ожидания потребителей.

О. Ампуэро и Н. Вила из политехнического университета Валенсии, выявляя необходимость понимания восприятия потребителями упаковки продукта, провели исследование с использованием метода многомерного масштабирования. Были получены четыре карты, относящиеся к цветам упаковки, типографии упаковки, графическим формам упаковки, изображениям упаковки. Потребители продемонстрировали гармоничное восприятие стратегий упаковки продуктов, поэтому можно сделать вывод, что существует общее представление о том, что именно означает конкретная упаковка. Таким образом, было получено общее мнение, дизайн упаковки должен соответствовать ожиданиям потребителей. Авторы полагают, что «исследование представляет убедительные доказательства зависимости между дизайном упаковки и восприятием ее позиционирования, поскольку каждая стратегия, по-видимому, связана с точными графическими элементами. Этот вывод считается особенно важным в свете уверенности в том, что потребители могут как отражать, так

и вдохновлять стратегии компании по маркетингу своей продукции» [3, с. 101].

Помимо достижения целей позиционирования, О. Ампуэро и Н. Вила дополнительно сделан вывод о том, что дизайн упаковки как маркетинговый инструмент может помочь лучше информировать о продуктовых стратегиях конкурентов. О. Ампуэро и Н. Вила предполагают, что результаты могут позволить организациям эффективно контролировать деятельность конкурентов. Маркетологам рекомендуется внимательно следить за альтернативным дизайном упаковки, который может быть использован конкурентами. Здесь цель состоит в том, чтобы измерить реакцию потребителей и влияние на их решения о покупке для разработки стратегии противодействия и уделять больше внимания упаковке продукта как маркетинговому оружию.

Не стоит забывать, что восприятие дизайна упаковки может измениться в будущем, и то, что представления, связанные с упаковкой продукта, вполне могут зависеть от конкретной культуры. В связи с этим предполагается, что продукты, возможно, необходимо упаковывать по-разному, чтобы достичь той же позиции на разных рынках. Эта проблема рассматривается в статье Х. В. Вамбугу [4]. В ее исследовании использовались методы опроса и анализа первичных данных для 1000 потребителей свежего переработанного молока. Результаты показывают, что долговечность материала, наличие упаковки различных размеров, форма, информация на упаковке, включая дату истечения срока

годности, логотип и слоган, а также функциональные атрибуты очень важны для потребителей переработанного молока, независимо от их предпочтения самого дизайна упаковки молока. Впервые представленные эмпирические данные об отношении потребителей к дизайну упаковки молочной продукции позволили лучше понять отношение кенийцев к дизайну упаковки.

Х. Г. Патель, Х. Модха, М. Ранганадхам – авторы учебного электронного курса «Упаковка молочных продуктов» [5] – продемонстрировали исследование молочной упаковки от истории разработки до способов утилизации упаковочных отходов. Развитие промышленной революции в Англии в 1700 году превратило крестьян «...» в индустриальное общество с мировыми связями. Этот новый тип общества широко использовал машины и промышленные товары для широкого потребления» [5, с. 6]. Это привело к изменению потребностей потребителей и новой роли упаковочной продукции. Глобальный прогресс человечества таков, что практически на каждом этапе развития общества упаковка обязательно присутствует и является своеобразным «оружием» против голода, т. к. она защищает продукты от гниения и порчи. Также в данном исследовании уточняются особенности упаковочной промышленности в Индии и прописаны пять основных функций упаковки: хранение продукта, защита продукта, средство коммуникации, средство минимизации затрат, средство продажи товара.

Одной из особенностей создания упаковки молочной продукции

является её формообразование. Данная проблема создания самого дизайна упаковки рассматривается в статье «Как начать работу с дизайном упаковки продукта» автором Г. Фассел [6]. Статья содержит советы по подготовке макетов к печати и рассматривает некоторые варианты печати, советы по формообразованию упаковки для начинающих дизайнеров, которые можно применить в проектировании дизайна упаковки.

Отличительная особенность бренда, проявляющаяся в фирменной линейке организации: визитках, логотипе, конверте, фирменном бланке, отражена в статье «Полное руководство по дизайну упаковки молочной продукции 2020» [7]. В зависимости от всех вышеперечисленных аспектов брендинга, в ней уточняется решение о дизайне молочного пакета, который должен быть выполнен в соответствии с индивидуальностью бренда. В едином ключе должны быть созданы иллюстрация, стиль шрифта, цвет и содержание.

Анализируя труды зарубежных авторов, мы выявили некоторые особенности отношения потребите-

лей к визуальной составляющей упаковки молочной продукции и их влияние на покупательскую способность. Особое внимание следует уделять факторам визуального дизайна упаковки (таким, как цвет, шрифт, логотип, графика и размер), чтобы сформировать положительное восприятие продукции потребителями и, соответственно, предпочтения ими бренда. Огромное значение имеет единый стиль оформления упаковки молочной продукции, созданный с индивидуальностью бренда.

Конечно, в первую очередь потребителям важна стоимость продукции, но после выбора ценового сегмента они обращают внимание на особенности дизайна упаковки. Эмпирические результаты, полученные зарубежными авторами, показывают, что отношение к визуальной составляющей упаковки напрямую влияет на восприятие потребителем качества пищевых продуктов и предпочтений бренда. Воспринимаемое качество пищевых продуктов также прямо или косвенно (через стоимость продукта) влияет на предпочтение бренда.

Литература

1. Studying the Influence of Packaging Design on Consumer Perceptions (of Dairy Products) Using Categorizing and Perceptual Mapping / M. M. Gelici-Zeko, D. Lutters, R. ten Klooster, P. L. G. Weijzen // *Packaging Technology and Science*. 2012. P. 14. – URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pts.1977> (дата обращения: 21.01.2021).

2. *Biljon, W. van, Rensburg, M. J. van*. Branding and packaging design: key insights on marketing milk to low-income markets in South Africa// *African Journal of Business Management*. Vol. 5(22). 30 September. 2011. PP. 9548-9558. – URL: <https://academicjournals.org/AJBM> (дата обращения: 15.03.2021).

3. *Ampuero O., Vila N.* Consumer perception of product packaging // Journal of Consumer Marketing. Vol. 23 Iss 2. 2006. PP. 100-112. – URL: https://www.researchgate.net/publication/235303347_Consumer_perception_of_product_packaging (дата обращения: 26.04.2021).

4. *Wambugu, Hannah Wanjiku.* Customers' Attitude towards Milk Packaging Designs in Kenya// European Journal of Business and Management. Vol. 6. No. 19. 2014. PP. 163-175. – URL: <https://www.iiste.org/>. (дата обращения: 27.03.2021)

5. *Patel H. G., Modha Hiral, Ranganadham M.* Packaging Of Dairy Products// December 20, pp 1-120. 2017. – URL: <https://agrimoon.com/packaging-of-dairy-products-pdf-book/>(дата обращения: 10.04.2021).

6. Fussell G. How to Get Started With Product Packaging Design// Design & Illustration – Packaging Design. 2019. – URL: <https://design.tutsplus.com/articles/the-beginners-guide-to-packaging-design--cms-27380> (дата обращения: 30.04.2021)

7. Complete Guide to Dairy Product Packaging Design 2020 // March 31. 2020. – URL: <https://www.designerpeople.com/blog/dairy-product-packaging-design/>(дата обращения: 30.01.2021).

ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УДК 070.15

Н. М. Байбатырова

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ТЕМЫ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА В ЭПОХУ ПАНДЕМИИ COVID-19

Статья представляет собой анализ журналистских материалов региональных СМИ, посвященных теме среднего и малого бизнеса, его проблемам и перспективам в контексте ситуации пандемии коронавируса. Исследуется специфика репрезентации бизнес-сферы и образа предпринимателя в деловых и массовых медиа. Автор подчеркивает, что в публикациях на тему предпринимательства заинтересовано как бизнес-сообщество, так и широкая аудитория. Особое внимание уделяется медиаобразу предпринимателя как субъекта регионального бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, образ предпринимателя, региональные СМИ, Астрахань, репрезентация, новые медиа, социальное предпринимательство

Nailya M. Baybatyrova

REPRESENTATION OF THE TOPIC OF MEDIUM AND SMALL BUSINESSES IN REGIONAL MEDIA IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC

The article is an analysis of the journalistic materials of regional media devoted to the topic of medium and small business, its problems and prospects in the context of the situation of the coronavirus pandemic. The specificity of the representation of the business sphere and the image of a businessman in business-media and mass-media is investigated. The author emphasizes that both the business community and a wide audience are interested in publications on the topic of entrepreneurship. Special attention is paid to the media image of an entrepreneur as a subject of regional business.

Key words: business, entrepreneurial image, regional media, representation, new media, social entrepreneurship

Воздействие СМИ на мировоззренческие взгляды аудитории при освещении вопросов развития малого и среднего бизнеса лежит в плоскости личных, повседневно-бытовых интересов большинства читателей. Учитывая потенциал универсальных и деловых медиа, связанный с возможностью отражать и одновременно влиять на происходящие в экономике процессы, публикации о бизнесе стимулируют понимание проблем и перспектив регионального предпринимательства. Анализ репрезентации данной темы актуален не только для практиков и теоретиков медиасферы, но и для бизнес-аналитиков, занимающихся мониторингом, разработкой и реализацией бизнес-проектов.

СМИ формируют образ предпринимателя, отчасти следуя имеющимся стереотипам, отчасти стараясь опровергнуть и изменить их. Восприятие делового человека среди молодежи создается и развивается в том числе после прочтения материалов о бизнесменах, их деятельности [6]. Материалы о среднем и малом бизнесе в астраханской региональной прессе можно условно разделить на информационные сообщения, материалы аналитического характера и тексты в синтетической жанровой форме, совмещающей элементы истории жизни героя, интервью и портретного очерка. Новостные сообщения о предпринимательстве систематически размещаются, например, на областном информационно-новостном портале «Каспий-Инфо». Заметка «Малый и средний бизнес получит ковидные выплаты и

выгодные кредиты», опубликованная 7 ноября 2021 года, сообщает о начислении российским предпринимателям единовременных выплат за нерабочие дни, вынужденно объявленные выходными. «Вторая группа мер включает возобновление программы кредитной поддержки. Представители бизнеса получают кредиты на выгодных условиях: ставка 3 % годовых с возможностью не вносить платежи первые шесть месяцев, – говорится в материале [9]. Заголовки других новостных сообщений отчетливо иллюстрируют проблемы астраханских предпринимателей: «Яндекс изучил, какой бизнес хотят открыть астраханцы», «Как предприниматели могут зарабатывать на безработных», «Астраханский бизнес убеждает власти завершить локдаун», «Общепит предлагают освободить от НДС».

В целом в период с 2020 года на региональных информационных порталах увеличилась частотность размещения материалов о ковидных трудностях, вынужденных ограничениях и методах выживания среднего и малого бизнеса. Особо акцентируется внимание на взаимодействии бизнеса с правительственными структурами области. Материал под заголовком «Астраханское правительство предоставит бизнесу субсидии на интернет-продвижение», опубликованный на сайте «Аст Ньюс. Астраханские новости», посвящен теме финансовой поддержки местных предприятий легкой промышленности. «Субсидии в сумме до 250 тысяч рублей выделяют из региональной казны по линии облмин-

прома производителям одежды, текстильных изделий, кожи и изделий из неё», - уточняется в новостном тексте [5].

Портретная составляющая информационного контента о проблемах среднего и малого бизнеса отчетливо прослеживается в материале «Астраханская бизнес-леди Елена Бажан: Мне хочется сдать» [2]. Сетевое издание «Арбуз» цитирует обращение в Фейсбуке известной астраханской предпринимательницы, оно называет его «криком души». Женщина рассуждает о локдауне и его последствиях для бизнеса. Она признается, что за 19 лет предпринимательской деятельности и 6 пережитых кризисов ей впервые больно, страшно и обидно. «У нас в общественном сознании постсоветского пространства до сих пор предприниматель – барыга и вор. Хотя большую часть рабочих мест создаем мы – предприниматели, львиную долю налогов платим тоже мы...», - пишет Елена Бажан [2]. В комментариях к публикации пользователи поддержали бизнесвумен и дали ей советы по развитию бизнеса в маркетплейсах.

В целом критика в адрес властных структур со стороны представителей бизнес-сообщества в большей мере представлена в социальных сетях. В публикациях, размещенных на личных страницах региональных предпринимателей, можно встретить обвинения в нерациональности мер властей, нежелании видеть и понимать бизнес, поддерживать инициативы, решать проблемы в конструктивном ключе. Здесь же представители бизнес-сообщества делятся опытом и помогают друг другу. Так,

в социальной сети Фейсбук представлена открытая группа «Мой бизнес-клуб. Астрахань».

Существование множества вариаций портрета бизнесмена детерминировано типичными прагматическими параметрами жанров регионального медийного дискурса, а также специфическими чертами портрета как речевого жанра. На просторах вышеупомянутого астраханского сайта «Арбуз» размещена публикация в жанре портретного очерка. В материале рассказывается о создании обувного бренда, который героиня публикации Анна Сары воплощает от этапа разработки моделей до отшива и реализации. О взлетах и падениях бизнеса астраханской Золушки, о проблемах малого предпринимательства в эпоху коронакризиса повествуется с долей иронии. «Теперь Анна сама посещает фабрики в Турции и занимается кастомизацией своей уникальной обувной коллекции. Самостоятельно подбирает материалы, внешний вид и прочие характеристики. В общем, делает эксклюзив», – рассказывает автор Рамиля Самихова [11]. Объемный журналистский текст об опыте реализации женского малого бизнеса разделен на небольшие части с подзаголовками, разбавлен элементами интервью и сопровождается портретными снимками, фотографиями стильной и яркой обуви, интервьюера шоурума Buruberu.

Медиарепрезентация включает два основных механизма: механизм воспроизведения действительности и механизм ее конструирования. С одной стороны, СМИ отражают реальность, именно в этом заключается сущностная особенность жур-

налистики как вида деятельности и социального института. Повседневные трудности среднего и малого предпринимательства широко обсуждаются в региональном медиаполе. Однако часть журналистских материалов можно назвать конструирующими действительность эпохи пандемии. Речь идет не только о выживаемости бизнеса, но и о решении отдельных социальных проблем средствами медиа.

Так, в астраханском медиапространстве длительное время актуальной является тема производства и реализации молочной продукции частными фермерскими хозяйствами. В областных СМИ сообщалось о том, что воспитанников одного из детских садов поили фальсифицированным молоком. Нарушение было выявлено в рамках мониторинга качества и безопасности пищевой продукции управлением Россельхознадзора. Региональные медиа следили за развитием событий и неоднократно поднимали этот вопрос, который в итоге был проработан властными структурами и контролирующими организациями. В публикации «Астраханские производители «молочки» обошли конкурентов из ЮФО» от 24 сентября 2021 года сообщается о лидерстве местных производителей молочной продукции по темпам подключения к национальной системе маркировки товаров «Честный знак» [3]. В данном случае конструирующая функция журналистики выразилась во влиянии на изменение ситуации на рынке фермеров молочной продукции. Астраханский регион стал единственным представителем Южного федерального округа в топ–12. Маркировка

товаров «Честный знак» защищает потребителей и самих производителей от контрафактной и некачественной продукции. Свидетельством того, что опубликованная информация вызвала общественный интерес, как правило, становятся отклики аудитории, а также организационные последствия в виде принятых управленческими структурами решений.

Особого внимания заслуживает анализ репрезентации образа женщины-предпринимателя в региональной прессе. В материале, опубликованном на портале «Новый бизнес. Социальное предпринимательство», своей историей делится президент Ассоциации социальных предпринимателей Астрахани, глава сети школ английского языка Victory school Екатерина Кузнецова. Интервью, сопровождаемое ремарками автора публикации, знакомит читателя с личностью героини. Она рассказывает об опыте работы в образовательной сфере, профессиональном выгорании и неожиданном для себя решении открыть собственное дело. В обучении иностранным языкам школьников, студентов, даже пенсионеров Екатерина Кузнецова видит прежде всего социальную миссию. «Особенность социального бизнеса в том, что он призван решить некую боль социума и зачастую сам начинается с боли», – говорит она [10]. Например, сеть детских садов «Алые паруса» появились по весьма невеселой причине. Мама особенного ребенка долгое время в одиночку сражалась с неприспособленностью дошкольных учреждений к нуждам таких детей. Женщина решила помочь своему чаду и другим детям-инвалидам. В статье не просто

акцентируется внимание на образе успешной женщины-предпринимателя, но и говорится о сугубо женских качествах, важных для социальной миссии бизнеса.

Материалы о женщинах-предпринимателях постепенно меняют социальные стереотипы, существующие в региональном информационном поле. Уходят в прошлое патриархальная оценка роли мужчин и женщин в личной и общественной жизни, консервация отживших, негативных стереотипов о бизнесменах и бизнесвумен. В прессе все реже встречаются прямые высказывания, содержащие «двойные стандарты» в оценке их жизненного успеха [8, с. 27]. Еще в 2019 году астраханские региональные онлайн-медиа и социальные сети сообщили о том, что мужской бизнес-клуб открыл двери для женщин. «Реновации в обществе обусловлены тем, что с начала своего основания бизнес-коалиция притянула не только мужчин, но и женщин-предпринимателей, ориентированных на развитие. В этом контексте от гендерной идентификации решили отказаться», – говорится в публикации [4].

Ярко проявившаяся тенденция организации бизнес-сообществ в регионах связана с реалиями эпохи пандемии. Успешные компании, бизнесмены готовы объединяться и делиться опытом. Популярной в медиасреде является тематика инновационных и технологичных видов бизнеса. Об этом пишут в своём исследовании Д. Ильченко и Т. Фролова [7]. Отдельной темой для астраханских региональных СМИ является появление акселератора «Формула роста», организованного

Фондом «Наше будущее». Начинаящие предприниматели могут получить информацию на стадии организации бизнеса, а также заручиться поддержкой в вопросах лицензирования, налогов, прохождения проверок, маркетинга, продвижения, получения грантов.

Еще одним примером социальной роли предпринимательства, который был репрезентован астраханскими медиа, является добровольческая деятельность регионального бизнеса. В благотворительном конкурсе астраханская студия раннего плавания «Аква-Ляля» одержала победу в номинации «Лучший проект социального предпринимательства в сфере здорового образа жизни, физической культуры и спорта». Руководитель студии раннего плавания Нина Пархоменко рассказала о реализации благотворительного проекта для самых маленьких астраханцев «Плавание с пеленок»: «Проект направлен на популяризацию раннего плавания и приобщение малышей к здоровому образу жизни. Участники проекта, – дети в возрасте от 2 месяцев до года, – получают 8 бесплатных занятий в бассейне и индивидуальных ванночках» [1]. Кроме того, увеличение числа журналистских публикаций о социальном предпринимательстве означает попытки отделить информационный материал от рекламного. Безусловно, региональным журналистам не всегда удастся сохранять независимость от тех, чью деятельность они освещают. Вместе с тем СМИ должны выступать в качестве независимого наблюдателя за бизнесом. При подготовке аналитических или дискуссионных материалов необходимо

корректно цитировать эксперта, т. е. полагаться на его знания именно в экспертной области.

В настоящее время медийные практики подтверждают тот факт, что соблюдение баланса информационных интересов государственных структур, бизнес-сектора, конечных потребителей бизнес-индустрии важно для редакционной политики любого уважающего себя медиа. Региональное медиапространство становится дискуссионной площадкой для общественной кри-

тики бизнес-сообществ и достижения компромисса между предпринимателями и потребителями. Современные новые медиа актуализируют темы, связанные с проблемами современного бизнеса, конкуренцией предпринимателей, продвижением продуктов малого и среднего бизнеса. Деловые издания и специализированные медиаресурсы выполняют функции экономического анализа, прогнозирования, реализации, стимулируют взаимодействие представителей бизнес-сообщества.

Литература

1. «Аква-Ляля» запустила благотворительный проект // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. [Электронный ресурс] – URL: <http://nb-forum.ru/news/akva-lyalya-zapustila-blagotvoritelnyy-proekt> (дата обращения: 14.11.2021).

2. Астраханская бизнес-леди Елена Бажан: Мне хочется сдать // Сетевое издание «Арбуз». [Электронный ресурс] – URL: <https://arbuztoday.ru/astraxanskaya-biznes-ledi-elena-bazhan-mne-xochetsya-sdatsya/> (дата обращения: 15.11.2021).

3. Астраханские производители «молочки» обошли конкурентов из ЮФО // Аст Ньюс. Астраханские новости. 24.09.2019. [Электронный ресурс] – URL: <https://ast-news.ru/node/astrahanskije-proizvoditeli-molochki-oboshli-konkurentov-iz-yufo/> (дата обращения: 15.11.2021).

4. Астраханский мужской бизнес-клуб трансформировался и открыл свои двери для женщин // Аст Ньюс. Астраханские новости. 07.11.2019. [Электронный ресурс] – URL: https://ast-news.ru/node/astrahanskiy-muzhskoy-biznes-klub-transformirovalsya-i-otkryl-svoi-dveri-dlya-zhenshchin/?fbclid=IwAR3tGt4gtA5On3DDSt4tZiDOnCCp9GnPXn_P3E_3X3AFJ6QdP2Da0-cAHP8 (дата обращения: 15.11.2021).

5. Астраханское правительство предоставит бизнесу субсидии на интернет-продвижение // Аст Ньюс. Астраханские новости. [Электронный ресурс] – URL: <https://ast-news.ru/node/astrahanskoe-pravitelstvo-predostavit-biznesu-subsidii-na-internet-prodvizhenie/> (дата обращения: 12.11.2021).

6. *Долгова, Е. В.* «Портрет делового человека» в системе журналистских жанров медиадискурса: соотношение понятий / Е. В. Долгова // *Universum: филология и искусствоведение*. 2016. №3–4 (26). [Электронный ресурс] – URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/3065> (дата обращения: 10.11.2021).

7. **Ильченко, Д.** Технологические инновации как объект журналистского анализа в деловых СМИ / Д. Ильченко, Т. Фролова // МедиаАльманах. 2021. №5. С. 54–64.

8. **Курилович, Н. В.** Гендерный анализ средств массовой информации: методологический аспект / Н. В. Курилович. Минск, 2010. 169 с.

9. Малый и средний бизнес получит ковидные выплаты и выгодные кредиты // КаспийИнфо. [Электронный ресурс] – URL: <https://kaspyinfo.ru/news/gorod/72473> (дата обращения: 14.11.2021).

10. Пришло время, когда люди готовы не только брать, но и отдавать // Новый бизнес. Социальное предпринимательство. [Электронный ресурс] – URL: <http://nb-forum.ru/interview/prishlo-vremya-kogda-lyudi-gotovi-ne-tolko-brat-no-i-otdavai> (дата обращения: 04.11.2021).

11. **Самихова, Р.** Астраханская Золушка: создание обувного бренда Buruberi / Р. Самихова // Сетевое издание «Арбуз». [Электронный ресурс] – URL: <https://arbuztoday.ru/astraxanskaya-zolushka-sozdanie-obuvnogo-brenda-buruberi/> (дата обращения: 08.11.2021).

УДК 659.4

*В. В. Смирнова
Е. В. Суперова*

ПРОДВИЖЕНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА УНИВЕРСИТЕТА В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Статья посвящена анализу особенностей корпоративного имиджа, развитие которого необходимо для продвижения образовательной организации. Проанализированы функции корпоративного имиджа в образовательной сфере. На примере деятельности СПбГУИТД представлены инструменты продвижения и особенности корпоративного имиджа и корпоративной культуры университета.

Ключевые слова: корпоративный имидж, функции корпоративного имиджа, инструменты продвижения, образовательная организация, СПбГУИТД

*Veronika V. Smirnova
Elena V. Superova*

PROMOTING THE CORPORATE IMAGE OF THE UNIVERSITY IN THE MODERN EDUCATIONAL SPACE

The article is devoted to the analysis of the features of the corporate image, the development of which is necessary for the promotion of an educational organization. The functions of the corporate image in the educational sphere are analyzed. On the example of the activities of Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, the tools of promotion and features of the corporate image and corporate culture of the university are presented.

Key words: corporate image, corporate image functions, promotion tools, educational organization, Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Имидж образовательной организации – сложный конструкт, формирующийся на основе традиций, системы ценностей, профессиональных и нравственных норм, образцов поведения. Разработанная концепция имиджа образовательной организации способствует позициониро-

ванию среди конкурентов и дает возможность завоевать устойчивое положение в образовательной сфере.

Корпоративный имидж является сложным, многоплановым феноменом, который включает в себя уникальность истории организации, ее миссию, особенности корпоратив-

ной культуры. Сформированный корпоративный имидж позволяет сотрудникам обрести уверенность, возможно, гордость за организацию, в которой они работают, а руководству позволяет, опираясь на нормы и ценности, разделяемые в организации, эффективно управлять организацией и сотрудниками.

Образовательная организация не является исключением, т. к. она нацелена на достижение определенных результатов. Корпоративный имидж и культура способствует развитию корпоративного поведения и деловых отношений в организации, поэтому при адаптации новых сотрудников происходит знакомство с корпоративной культурой, с целями, миссией, традициями и другими аспектами жизнедеятельности. Внедрение и использование элементов корпоративного имиджа ведет к развитию культуры сотрудников и повышению качества образовательных услуг, в данном случае – осуществление образовательной деятельности, быстрого и грамотного реагирования на различные запросы.

По мнению Е. М. Ястребовой «характерной чертой правильных корпоративных отношений является отсутствие конкуренции и соперничества, так называемая неконфронтационная солидарность, т. е. опора на толерантность, плюрализм и релятивизм в совместном решении возникших вопросов» [1, с. 17]. Взаимодействие сотрудников способствует созданию сложных социальных структур и подструктур, благодаря чему формируется сплоченность, интеграция, согласие или противостояние в коллективе.

В образовательной сфере кор-

поративный имидж выполняет ряд функций. Адаптивная функция представляет важное значение для новых сотрудников, т. к. способствует более успешному усвоению ценностей и норм организации. Благодаря адаптации новый сотрудник узнает о правилах поведения, о том, что от него ждут, какая работа является хорошей и оценивается положительно, какие качества ценятся руководством и коллективом, как принято общаться с руководителями, коллегами, обучающимися. Период адаптации нового сотрудника может длиться довольно долго, т. к. это, прежде всего, связано с психологическими перегрузками. Адаптация требует определенных затрат для организации, но этот процесс необходим и заслуживает большого внимания. Если новый сотрудник примет нормы и правила, которые действуют в данной организации, то он станет частью коллектива, тем самым будет способствовать развитию имиджа образовательной организации. Образовательно-познавательная функция позволяет сотрудникам вуза реализовать свои личностные качества, например, познание своих сильных и слабых сторон, склонность к анализу, развитию профессиональных педагогических компетенций. Образовательные организации, имеющие сильную корпоративную культуру, направляют деятельность сотрудников на постоянное повышение навыков, квалификации, которые в той или иной мере будут полезны в их деятельности, способствуют более эффективной работе и процветанию учреждения. Такие образовательные учреждения занимаются поиском

различных возможностей и условий для повышения профессионализма сотрудников, мотивации коллектива, формирования у преподавателей потребности к обучению и саморазвитию. Мотивирующая функция направлена на формирование лояльности и приверженности сотрудников. Современные организации стремятся к мотивированию всего коллектива. Коммуникативная функция, по мнению Е. М. Ястребовой, проявляется в двух аспектах [1, с. 35]: во-первых, внутри самого образовательного учреждения формируется сильное коммуникативное поле, где происходит упрощение процессов коммуникации, уменьшается время на согласование различных вопросов и решение определенных задач, во-вторых, внутри организации существуют специфические способы общения и средства коммуникации, способы кодирования информации, которые характерны исключительно данной организации. В современных организациях, в том числе и образовательных, активно развивается обратная связь, в дальнейшем становясь частью корпоративного имиджа и ее ценностью. Инновационная функция способствует удержанию образовательным учреждением своих позиций в изменяющемся мире. А. Н. Асаул определяет инновационную корпоративную культуру как «систему распространенных в компании норм и ценностей, которые обеспечивают высокий уровень восприятия, инициации и реализации инноваций» [2, с. 173]. Различные инновации в образовательной организации могут способствовать достижению цели, позволяют решать задачи посредством новых

возможностей. Также инновации, которые внедряются в образовательной организации, меняют ее, способствуя развитию творческого мышления, задействованию новых ресурсов. Если корпоративный имидж нацелен на инновационные возможности, то это может привести к обеспечению соответствия и сбалансированности стратегических задач организации и к ее инновационному развитию; повышению лояльности сотрудников организации, их активность в творческой деятельности; снижению сопротивлений в процессе внедрения изменений в образовательной организации; ускорению процесса интеграции и формирование в образовательной организации коллектива, способного реализовать различные инновационные проекты [2, с. 178].

Таким образом, корпоративный имидж в образовательной организации развивает положительные социально-трудовые отношения. Для современной образовательной организации, которая стремится к процветанию и стабильности, необходимо ответственно подходить к формированию и поддержанию корпоративного имиджа, который влияет на весь учебный процесс и взаимодействие всех его участников.

Остановимся на рассмотрении инструментов продвижения организации в сфере образования, которые будут рассмотрены на примере деятельности Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна (СПбГУПТД). Следует отметить, что СПбГУПТД представляет собой современный многопрофильный и многоуровневый научно-образова-

тельный комплекс, в состав которого входя 2 высшие школы, 18 образовательных институтов, 2 колледжа, 8 малых факультетов, 5 научно-исследовательских институтов и 2 технопарка.

Миссия Университета – качественная подготовка востребованных высококвалифицированных специалистов с учетом требований реального сектора экономики и мировых образовательных и научно-технологических трендов с целью развития кадрового потенциала страны на основе созданных в Университете условий непрерывного профессионального образования, включающего в себя единство образовательного, научного, воспитательного, инновационного и социально-культурного процессов.

Сегодня в университете реализуется 234 образовательные программы высшего образования и 25 образовательных программ среднего профессионального образования, 39 программ подготовки кадров высшей квалификации в аспирантуре, 88 программ дополнительного профессионального образования.

Ключевой задачей СПбГУПТД на ближайшие годы является участие в Программе стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», в связи с этим важным является развитие и продвижение корпоративного имиджа университета.

Можно выделить следующие инструменты продвижения СПбГУПТД.

- Веб-сайты и страницы в социальных сетях.

В настоящее время, в условиях формирования информационного

общества, одним из действенных инструментов продвижения образовательной организации является веб-сайты и страницы в социальных сетях (СПБГУПТД представлен в социальных сетях ВКонтакте, *Twitter*, *Instagram*), задачей которых являются полная информированность о деятельности вуза. Поэтому сайт и страницы в социальных сетях содержат информацию о дисциплинах, программах подготовки, фото- и видеоматериалы, информацию о поступлении, обучении, а также о проводимых о конкурсах и олимпиадах.

- «Дни открытых дверей».

Образовательные учреждения периодически организует дни открытых дверей для потенциальных абитуриентов, будущих работодателей выпускников, местного сообщества, чтобы все могли ознакомиться с условиями и возможностями обучения, преподавательским составом. В «Дни открытых дверей» демонстрируются достижения и направления деятельности, которые осуществляет образовательная организация. В СПбГУПТД каждый месяц проходят «Дни открытых дверей», с 2020 г., после начала *COVID-19*, «Дни открытых дверей» стали проходить в он-лайн формате. Это позволило, даже в такой непростой ситуации, постоянно находиться на связи с будущими абитуриентами. Также на сайте СПбГУПТД абитуриенты и их родители могут посмотреть Виртуальные дни открытых дверей СПбГУПТД, содержащие информацию по каждому институту.

- Выставки в образовательной сфере.

Ежегодно во многих крупных городах России проходят выставки в

сфере образования, которые дают возможность абитуриенту и его родителям познакомиться с региональными и городскими вузами на одной площадке. На выставках «Образование и карьера», «Образование. Карьера. Бизнес», «Образование. Профессия и Карьера» можно пообщаться с представителями вузов, узнать наиболее актуальную информацию о правилах поступления, получить консультации по всем интересующим вопросам.

- Бесплатные экскурсии.

Вузы организуют экскурсии, где абитуриенты и родители могут ознакомиться с профессиями и направлениями подготовки как индивидуально, так и в групповом формате. Экскурсии включают в себя: презентации направлений подготовки и специальностей, экскурсии на кафедры с посещением лекционных аудиторий, учебных лабораторий и мастерских, общение с профессорско-преподавательским составом, знакомство с проектами и возможными местами трудоустройства, посещение спортивного зала и других основных локаций учреждения, информационно-раздаточные материалы по всем специальностям. В СПбГУПТД все желающие могут участвовать в экскурсиях по университету, которые проводятся регулярно. Также на сайте университета в разделе «Приемная комиссия» находится «Виртуальный панорамный тур по университету», посмотреть который может каждый желающий. Также проводятся он-лайн экскурсии, позволяющие абитуриентам, находящимся за пределами Санкт-Петербурга и Ленинградской области, задать вопросы по образова-

тельным программам.

- Корпоративные издания.

Традиционно во многих образовательных учреждениях издаётся малотиражная газета. Событием для её выхода может стать специальное мероприятие. Обычно газета оформляется согласно фирменному стилю вуза. Так, в СПбГУПТД выходят: официальная газета СПбГУПТД «texСТИЛЬ», журнал «Стиль-студент», интернет-журнал «Сарафан».

Газета СПбГУПТД «texСТИЛЬ» – официальное средство массовой информации, выходит ежемесячно с 2007 года на четырех-восьми полосах в формате А3. Газета является главным информационным ресурсом вуза, в котором освещаются основные новости учебного заведения, а также информация о событиях региона и страны.

Журнал «Сарафан» является интернет-изданием, где публикуются новости университета, анонсы мероприятий, интервью со студентами, выпускниками и преподавателями, размещается информация о вакансиях и стажировках, репортажи со студенческих мероприятий, имеются подкасты в аудио- и видеоформате.

б. Совместные проекты с различными организациями.

Проекты могут носить как научный характер, так и культурный, исторический, спортивный. Так, в СПбГУПТД проводятся: Городской конкурс дизайн-проектов «Атмосфера-Profi», Международный конкурс молодых дизайнеров «Адмиралтейская игла». Последний является ежегодным имиджевым проектом в мире моды Санкт-Петербурга

и всей России. Конкурс существует 27 лет. За это время в нем приняли участие более 12000 конкурсантов из всех регионов России и 20 стран мира, которые представили на подиуме более 9 тысяч коллекций. В 2021 году было подано 350 заявок из разных стран мира, из них 72 коллекции вошли в финал модного состязания. Высокий европейский уровень проведения конкурса, строгий отбор участников, доброжелательная атмосфера, международное жюри, эксклюзивные мастер-классы ведущих *fashion*-специалистов привлекают каждый год большое количество молодых дизайнеров. Пристальное внимание средств массовой информации, проведение онлайн-трансляции конкурса позволили стать «Адмиралтейской игле» поистине имиджевым конкурсом моды.

Еще одним имиджевым проектом СПбГУПТД является «Точка кипения–ПромТехДизайн» – единственный в России проект в сфере промышленного и цифрового дизайна, на базе которого реализуются образовательные программы, ориентированные на подготовку специалистов новой индустрии высокотехнологичной моды (рынок НТИ – Fashion Tech и участвующие в проекте «стартап как диплом»). «Точка кипения» – федеральная сеть развивающихся пространств, удобных для совместной работы над проектами будущего. Высокая плотность событий, вовлечение лидеров и талантов дают возможность участникам быстро тестировать прорывные идеи, собирать проектные команды, находить единомышленников, учиться, менять жизнь университета, города, региона, страны к лучшему. Сегодня

это один из сильных имиджевых проектов университета.

7. Научные мероприятия: конференции, пресс-конференции, семинары, форумы.

Примером могут служить Международный молодёжный форум СМИ Северо-Запада «Медиа-старт», пресс-конференции к Международному конкурсу молодых дизайнеров «Адмиралтейская игла», научные конференции, проходящие в СПбГУПТД. Так, на форуме «МедиаСтарт’2021» приняло участие около 1500 человек из 53 городов России и стран ближнего зарубежья. На конкурс студенческих и молодежных СМИ было прислано более 100 работ из 16 городов.

«Креативная неделя» – цикл бесплатных мероприятий, посвященных развитию творческого мышления и созданию новых уникальных проектов. Партнерский проект с Российской Креативной Неделей (*Russian Creativity Week*) реализуется с целью создания условий для появления новых молодежных культурных проектов в офисе научно-технологической инициативы Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна. В «Точке Кипения–ПромТехДизайн» запускается бесплатная программа преакселерации креативных проектов для студентов вузов, творческой молодежи и молодых авторов. В ходе прохождения программы участники знакомятся с ведущими экспертами из разных направлений креативных индустрий, получают профессиональную помощь и содействие в координации всех этапов разработки проектов.

Еще одним из имиджевых мероприятий является «Весенний образовательный форум «GO! ГЛУБОКОЕ. ОБРАЗОВАНИЕ». Это ежегодный проект, реализуемый в спортивно-оздоровительном лагере «Стрельцово». Каждый участник может выбрать одно из четырех наиболее интересных его направлений деятельности и погрузиться в изучение выбранной темы на пять дней. Каждый год приглашенными спикерами становятся профессионалы своего дела: высококвалифицированные специалисты, спортсмены, бизнес-коучи, руководители, управляющие крупных петербургских российских компаний.

8. Концерты, приуроченные к знаменательным датам в истории вуза, города, страны.

Примером служат концерты, посвященные Победе в Великой Отечественной войне (СПбГУПТД), культурно-просветительский проект в области классической музыки, реализуемый по инициативе музыканта и дирижера С. Р. Лютера. Это один из имиджевых статусных проектов. Для каждого проекта разрабатывается оригинальная программа,

концерты проходят в Актовом зале университета два раза в месяц. В концертах принимают участие молодые музыканты училищ и консерваторий.

9. Сувенирная продукция с элементами фирменного стиля организации.

СПбГУПТД имеет свой современный разработанный фирменный стиль, который представлен на главном сайте университета и на сайте приемной комиссии, а также на всей полиграфической продукции. В оформлении логотипа используется главное здание университета, которое, несомненно, является визитной карточкой университета.

Таким образом, следует сделать вывод, что продвижение образовательной организации является одним из ключевым компонентов работы над имиджем. Это продолжительный и трудоёмкий процесс, который способствует развитию корпоративной культуры организации, созданию комфортной экосистемы, способствующей реализации программ в системе образования, успешного и устойчивого развития в современных условиях.

Литература

1. **Ястребова, Е. М.** Корпоративная культура библиотеки: теория, история, современные тенденции / Е. М. Ястребова. Москва: Литера, 2014. 255 с.
2. **Асаул, А. Н.** Организация предпринимательской деятельности]: 4-е изд. / А. Н. Асаул. Санкт-Петербург: Питер, 2013. 352 с.

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 005.95/96

И. С. Гальченко

*Статья выполнена под научным руководством
кандидата экономических наук, доцента
О. В. Жикиной*

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

В статье исследуются основные проблемы мотивации сотрудников, рассматриваются виды мотивации, а также анализируются способы учета мотивационных издержек в организации. Результаты исследований, в которых отражены сложности мотивации, помогают понять, насколько важно учитывать ее при построении компании и какие перспективы она может открыть в уже существующей организации.

Ключевые слова: *система мотивации, производительность труда, KPI, материальная и нематериальная мотивация, затраты на мотивацию, индекс мотивации*

Irina S. Galchenko

*The paper was written under scientific supervision
candidate of economic sciences, associate professor
Olga V. Zhikina*

EMPLOYEE MOTIVATION PROBLEMS

The article examines the main problems of employee motivation, considers the types of motivation, and also analyzes ways to account for motivational costs in an organization. The results of studies that reflect the complexities of motivation help to understand how important it is to take it into account when building a company and what prospects it can open in an existing organization.

Key words: *labor motivation, motivation system, labor productivity, KPI, material and non-material motivation, motivation costs, motivation index*

Все компании стремятся максимизировать свою прибыль или обеспечить выживание. Многие из них поняли, что наиболее важный

ресурс, способный достичь поставленные цели, – это люди, поэтому стали разрабатывать и применять систему эффективной мотивации.

Понятие системы мотивации обозначает мероприятия, стимулирующие сотрудников к более активной деятельности, достижению высоких результатов, желанию работать именно в данной компании, лояльности к руководству и компании в целом.

При разработке системы мотивации руководство зачастую испытывает типичные трудности, такие как:

- 1) непонимание значения мотивации;
- 2) отсутствие информации об интересах сотрудников;
- 3) преобладание негативной мотивации;
- 4) отсутствие учета ожиданий при разработке и внедрение мотивации;

5) отсутствие системы мониторинга и поддержки, нестабильность системы мотивации.

Игнорирование ошибок уменьшает возможный доход организации.

Под непониманием значения мотивации подразумевается, в первую очередь, «карательная система мотивации», нацеленная на штрафные санкции, различные наказания. По данным исследований ученых из университета Флориды, сотрудники, работающие в такой обстановке, работают медленнее, чаще совершают ошибки, что приводит к значительному снижению показателей прибыли и возможным дополнительным затратам в случае увольнения сотрудников (*ил. 1*).



Ил. 1. Обобщенные результаты исследований ученых из университета Флориды

Таким образом, карательная мотивация зачастую способствует выгоранию сотрудников, снижению производительности труда, увольнениям по собственному желанию.

Недостаток информации об ожиданиях и интересах сотрудников подразумевает отсутствие обратной связи. Если руководство не понимает, что в процессе жизненного

цикла потребности персонала могут меняться и что временной интервал между хорошо выполненной работой и поощрением будет большим, система мотивации будет работать некорректно и компания понесет дополнительные расходы, которые в дальнейшем не окупятся [1].

Стоит отметить, что постепенно сотрудники привыкают к мо-

тивирующим факторам, поэтому систему мотивации необходимо постоянно отслеживать и корректировать.

К поддержке системы мотивации персонала относится не только условие выполнения обещанного, но и четкое соблюдение сроков тех мероприятий, которые обещаны в качестве поощрения. Когда речь идет об обучении персонала, нарушение сроков направления сотрудников в учебные заведения может закончиться отказом от этого намерения, поскольку слушатели не успели к началу учебного года.

Руководитель должен разъяснить сотрудникам причины задержки по срокам, в противном случае позитивная мотивация персонала может превратиться в негативную. В команде будет расти критика в адрес руководства, а производительность труда начнет снижаться.

Если дать мотивирующую поддержку персоналу, а потом отобрать ее, это спровоцирует повышение конфликтности в компании и увольнение наиболее успешных сотрудников.

Сотрудники должны знать, на какую поощрительную оценку со стороны руководства могут рассчитывать после получения хорошего результата в работе. В компании может быть разработана система мотивации, но, если сотрудники не знают, что их ждет, мотивирующие факторы не будут оказывать влияния на их производительность.

Для этого компании чаще всего используют *KPI* – ключевой показатель эффективности, подра-

зумевающий проведение оценки эффективности деятельности сотрудника с учётом достигнутых им результатов. С помощью системы *KPI* можно не только контролировать и оценивать эффективность выполняемых действий, но и построить эффективную систему выплаты заработной платы в компании.

Требования к системе *KPI*:

- каждый показатель должен быть четко определен;
- показатели и нормативы должны быть достижимы. Цель должна быть реальной, но в то же время являться стимулом;
- показатель должен быть в сфере ответственности тех людей, которые подвергаются оценке;
- показатель должен нести смысл;
- показатели могут быть общими для всей компании, то есть «привязаны» к цели компании, и конкретными для каждого подразделения, то есть «привязаны» к целям подразделения.

KPI рассчитывается обычно по формуле:

$$KPI = ((\text{Вес } KPI \times \text{Фактический показатель}) / (\text{целевой показатель})) * 100, \% \quad (1)$$

Результат *KPI* покажет, достигли поставленной цели сотрудник и в каком размере будет начислена премия.

Необходимо учитывать особенности деятельности структурных подразделений компании. Так, можно составить список задач для бухгалтера (*табл. 1*).

Т а б л и ц а 1. Список задач бухгалтера

Показатель	Вес, %	Процент выполнения, %	Итого с уче- том веса, %
Своевременное оформление документов	25	100	25
Отсутствие ошибок в первичных документах	25	100	25
Отсутствие жалоб со стороны клиентов и контрагентов	25	100	25
Отсутствие жалоб со стороны других подразделений компании	15	80	12
Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка	10	100	10
Всего	100	–	97

В данном примере бухгалтер должен получить 97 % от максимальной суммы премии.

Если премия рассчитывается в целом на отдел, то дополнительно определяется коэффициент трудового участия каждого сотрудника и определяется его доля в общей сумме [4].

В небольшой компании чаще всего на одного сотрудника используют от одного до трех *KPI*. Это связано с тем, что в функционал сотрудников на таких предприятиях включает в себя различные должности. Так, офис-менеджер может выполнять функции логиста, менеджера и *HR*.

С помощью системы *KPI* можно не только контролировать и оценивать эффективность выполняемых действий, но и построить эффективную систему выплаты заработной платы в компании. Благодаря *KPI* работники получают оценку результативности, эффективности, производительности собственного труда для дальнейшего карьерного роста. *KPI* облегчает формирование долго-

срочных целей, определяет слабые стороны организации.

Для нематериальных факторов мотивации рекомендуется использовать такие техники, как [1]:

- 1) интервью с неформальными лидерами подразделений;
- 2) интервью с руководителями отделов;
- 3) анкетирование среди сотрудников среднего звена.

Построение системы мотивации невозможно без затрат, которые могут быть очень многообразными: затраты на обучение, премии, льготы, проезд, проживание, питание, спортивные абонементы. Они учитываются либо в составе затрат, либо покрываются за счёт чистой прибыли.

Для оценки эффективности затрат на мотивацию можно использовать такие показатели, как:

- 1) отдача затрат на персонал, в том числе управленческий;
- 2) рентабельность затрат на персонал;
- 3) рентабельность персонала;
- 1) отдача мотивационных факторов и др.

Считается, что эффективнее вкладываться в нематериальные факторы мотивации. В отличие от материальных, к которым сотрудники привыкают примерно в течение периода от трех месяцев до года, нематериальная мотивация работает годами, принося стабильный рост прибыли и человеческих ресурсов. Но это происходит только в том случае, если уровень выплачиваемой заработной платы является достойным и закрывает все базовые потребности сотрудника.

Также для контроля эффективности системы мотивации можно использовать индекс мотивации. Он всегда рассчитывается руководителями подразделений, но во многом зависит от личностного отношения, поэтому недостаточно показателен [3].

Индекс мотивации рассчитывается по формуле

$$\text{Индекс мотивации} = \text{индекс самомотивации} * \text{индекс стимулирования} * \text{индекс активности} \quad (2)$$

Индекс самомотивации оценивает такие показатели, как:

1) важность выполняемой работы – показывает, насколько цель важна непосредственно руководителю. Данный показатель можно оценить по балльной шкале от 1 до 10. Обозначается буквой А.;

2) разнообразие – для новых проектов это показатель зачастую будет равен 10 баллам. Обозначается буквой Б;

3) сопоставление работы с конечным результатом – показывает вклад в общее дело. Обозначается буквой С;

4) коэффициенты автономности К1 и обратной связи К2. Под автономностью понимается самостоятельность сотрудника в процессе выполнения задачи, под обратной связью – частота отклика от окружения сотрудника (связь с коллегами, руководством, подчиненными).

Формула индекса самомотивации выглядит следующим образом:

$$\text{Индекс самомотивации} = ((A+B+C)/3) * K1 * K2 \quad (3)$$

Средним показателем для руководителей является около 250-300 баллов, для специалистов и менеджеров среднего звена 150-200 баллов. Стоит обратить внимание, что данный показатель наименее требовательный по затратам предприятия, т.к. повысить важность задачи и разнообразие возможно, грамотно сформулировав ее для сотрудников.

Индекс стимулирования рассматривает, в первую очередь, материальные аспекты мотивации сотрудников, используются такие показатели, как:

1) ценность зарплаты – отражает, насколько зарплата соответствует среднему показателю по рынку по данной должности;

2) ценность затрат – рассматривают психологические, физические затраты, а также условия труда. Средний показатель по предприятию зачастую равен 5 баллам суммарно;

3) коэффициент вероятности выплаты зарплаты К3 – рассчитывается в баллах от 0 до 1, где 0 – сотрудник не знает, сколько ему заплатят, а 1 – уверен в получении

всей заработной платы и знает ее размер.

Индекс стимулирования = (ценность зарплаты * КЗ-ценность затрат) *100 (4)

По статистике данный показатель зачастую равен 200-300 баллов.

Индекс активации выражается в заинтересованности сотрудников в выполнении поставленной задачи и степени поддержки. Здесь также применяется 10-балльная шкала.

Индекс активации= уровень заинтересованности*50 (5)

Максимальное значение показателю составляет 500.

Соответственно максимальное значение индекса мотивации может получиться 2500. Если данный показатель ниже, рекомендуется пересмотреть механизм мотивации сотрудников [3].

Таким образом, система мотивации должна быть нацелена на потребности и ценности сотрудников, практика показывает, что насильственным образом мотивировать со-

трудников не получается. Специалисты в области HR утверждают, что мотивационную систему необходимо строить с первого дня существования компании и закладывать в бюджет расходы на неё независимо от ситуации, хотя бы минимальные. Также обязательно сочетание материальной и нематериальной мотивации для достижения максимальных показателей прибыли компании.

Реальность такова, что общеорганизационной системы мотивации недостаточно, необходимо искать подход к каждому сотруднику. Последнее время все чаще говорят о необходимости индивидуального стимулирования ключевых сотрудников, а также группового (сегментированного) стимулирования отдельных групп работников, например, линейного менеджмента или обслуживающего персонала. Поскольку у различных сотрудников разные потребности и интересы, индивидуальная форма мотивации ценных сотрудников компании становится все более популярной.

Литература

1. **Самоукина, Н. В.** Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах. Москва: Русская школа управления, 2019. 250 с.
2. **Фаулер, С.** Почему они не работают? Новый взгляд на мотивацию сотрудников. М.: Альпина Паблишер, 2020. 184 с.
3. **Михайлов, Д.** Как рассчитать уровень мотивации персонала. [Электронный ресурс] – URL: <https://uprav.ru/blog/kak-rasschitat-uroven-motivatsii-personala/> (дата обращения 01.07.2020).
4. **Желенкова, Е.** Ответственность финансового директора. [Электронный ресурс] – URL: <https://1c-wiseadvice.ru/company/blog/otvetstvennost-finansovogo-direktora/> (дата обращения 15.10.2020).

УДК 338.46

*С. Е. Каменева
Е. С. Скороходова*

ВЗАИМОСВЯЗЬ РАЗВИТИЯ ТОТАЛИЗАТОРСКОГО СЕРВИСА И ИППОДРОМОВ РОССИИ

В статье рассматривается взаимосвязь развития тотализаторских услуг и ипподромов России. Отдельно выделены особенности российского законодательства в данной сфере. Рассмотрена экономическая прибыль от оказания тотализаторских услуг, налогообложение в данной деятельности и ее влияние на весь сервис в целом. Также затронут морально-нравственный аспект проведения азартных игр.

***Ключевые слова:** тотализаторские услуги, сервис, саморегулируемая организация, «игорный» бизнес, ипподромы России, налогообложение*

*Svetlana E. Kameneva
Elena S. Skorokhodova*

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE DEVELOPMENT OF BETTING SERVICE AND RACETRACKS IN RUSSIA

The article examines the relationship between the development of betting services and racetracks in Russia. The peculiarities of Russian legislation in this area are highlighted separately. The economic profit from the provision of betting services, taxation in this activity and its impact on the entire service as a whole are considered. The moral aspect of gambling is also touched upon.

***Keywords:** betting services, service, self-regulating organization, «gambling» business, racetracks of Russia, taxation*

История возникновения тотализатора, как традиционно считается, берет свое начало с гладиаторских боев Древнего Рима: именно в эпоху популярности Колизея и проходили ожесточенные споры зрителей, наблюдающих за жестокими сраже-

ниями людей и животных. Очень скоро люди заметили, что споры вызывают интерес не только у «спорящих» между собой, но и «наблюдающих», а, как правило, где есть интерес, там есть и деньги.

Правила тотализатора, исполь-

зубы и в настоящее время, были изобретены г-ном Оллером в 1874 году в Париже. Суть тотализатора заключалась в том, что третья сторона принимает ставки от спорящих, и, после завершения события, распределяет выигрыш между победителями пропорционально ставке, за вычетом определенного процента. Обязательным условием было беспрекословное влияние третьей стороны на игроков, заключавших пари, которые могли быть уверены в том, что распределение выигрыша будет честным и осуществлено в срок [1].

В современном мире каждый человек слышал о тотализаторе, но мало кто задумывался, что сегодня этот вид деятельности является формой сервиса, а это значит, что тотализаторские услуги – часть экономической деятельности, с которой взимаются налоги, и которая приносит пользу обществу.

Тотализатор – это сервис приема ставок на лошадиные забеги и скачки, и слово «сервис» здесь является ключевым [2]. Хочется отметить, что именно в данном сервисе использован человеческий азарт с наилучшими побуждениями. Для того, чтобы это понять, необходимо разобраться, как и куда расходуется прибыль от тотализаторской деятельности на Российских ипподромах. В качестве примера рассмотрим Центральный Московский ипподром. Организацией, осуществляющей на нем тотализаторскую деятельность, является «Ассоциация конно-спортивных тотализаторов» – саморегулируемая организация. Она является корпоративной организацией, основанной на членстве, объединяющей субъекты предпринима-

тельской деятельности по организации и проведению азартных игр в тотализаторе. Это первая в России организация азартных игр на тотализаторе, зарегистрирована она была лишь в ноябре 2014 года, членами ее являются ОАО «Росипподромы», ООО «Воронежский ипподром», ООО «Пятигорский ипподром» и ООО «Ростовский ипподром» и другие, в совокупности 31 ипподром России [3].

Регулирующим нормативно-правовым актом данной деятельности является Федеральный закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 29.12.2006 № 244-ФЗ, который устанавливает порядок ведения букмекерской деятельности в целом. Букмекеры действуют на основании лицензий. Лицензирующим органом является Федеральная налоговая служба. Лицензия выдается бессрочно и подлежит переоформлению при указании в ней новых адресов осуществления деятельности. Лицензия может быть аннулирована судом по обращению ФНС России, в случае, если букмекер грубо нарушает лицензионные требования. Для осуществления деятельности букмекер должен получить лицензию и в течение 30 дней вступить в одну из саморегулируемых организаций букмекеров [4].

Стоит отметить, что букмекерские конторы и тотализаторы могут функционировать вне игорных зон, в отличие от казино. Но для букмекерских контор предусмотрены крайне высокие финансовые требования.

Так, они могут быть расположены только в объектах капитального строительства. Данное требование было введено в 2011 году, после чего прекратилась практика приема ставок в передвижных пунктах приема ставок (ППС), которые устанавливались около стадионов во время проведения спортивных соревнований. Это требование не дает возможности принимать ставки на трибунах.

Букмекерские конторы не могут располагаться в зданиях, в которых расположены детские, образовательные, медицинские, санаторно-курортные учреждения, здания, находящиеся в государственной или муниципальной собственности, в собственности государственных корпораций, государственных компаний и в которых расположены федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, государственные или муниципальные учреждения, унитарные предприятия, государственные корпорации и государственные компании. Также они не могут находиться в помещениях автовокзалов, железнодорожных вокзалов, речных вокзалов, речных портов, аэропортов, на станциях и остановках всех видов общественного транспорта. Букмекерские конторы также не могут быть расположены на одном земельном участке с этими объектами [5, с. 763].

Для получения лицензии в России букмекер должен иметь процессинговый центр (в случае приема интерактивных ставок – процессинговый центр интерактивных ставок) и, как минимум, один пункт приема

ставок.

Букмекерские конторы являются объектами налогообложения налогом на игорный бизнес, который составляет 250 000 руб. в месяц за процессинговый центр, 3 000 000 руб. в месяц за процессинговый центр интерактивных ставок и 14 000 руб. за каждый пункт приема ставок. Кроме этого, необходимо иметь оплаченный уставный капитал в размере 100 млн. рублей; иметь чистые активы на 1 млрд. руб.; иметь безотзывную банковскую гарантию на 5 лет, в размере 500 млн. руб. [6].

К сожалению, нет четкого законодательного разделения понятий «тотализатора» и «букмекерских контор», что ставит ипподромы в жесткие налоговые условия. Как любая предпринимательская деятельность, тотализаторские услуги подлежат налогообложению. Объектами налогообложения на игорный бизнес являются (согласно ст. 366 Налогового кодекса РФ) игровой стол; игровой автомат; процессинговый центр тотализатора; процессинговый центр букмекерской конторы; пункт приема ставок тотализатора; пункт приема ставок букмекерской конторы [7, 8]. В рассматриваемом случае налогом облагается процессинговый центр тотализатора. Согласно ст. 369 Налогового кодекса РФ, сумма налога составляет от 50 000 до 250 000 рублей за налоговый период, равный одному календарному месяцу (ст. 368 Налогового кодекса РФ) за один процессинговый центр; за один пункт приема ставок тотализатора – от 10 000 до 14 000 рублей. Это фиксированные суммы, которые платит Ассоциация

вне зависимости от прибыли, в Москве они составляют предельные значения, то есть 250 000 руб. и 14 000 руб. соответственно [8]. Конечно, никто не отменяет налог на прибыль, который составляет 20 % от валовой прибыли организации. Таким образом, формирование налога происходит по формуле: налог равен количеству объектов, помноженных на ставку, плюс налог на прибыль. Стоит отметить, что вся прибыль (кроме заработной платы сотрудников тотализатора и некоторых амортизационных издержек) идет на поддержку Российского коневодства, тогда как букмекерские конторы отчисляют лишь 5 % своей прибыли спортивным ассоциациям. Но, как показывает практика, в связи с меньшей популярностью и невысокими доходами от данного вида деятельности, эта сумма крайне мала и не способна внести тот вклад, на который рассчитывает отрасль.

Помимо налога от юридических лиц, в государственный бюджет взимается налог на выигрыш от физических лиц. Он составляет 13 %. В соответствии со ст. 226 Налогового кодекса Российской Федерации российские организации, от которых или в результате отношений с которыми физические лица получили доходы, обязаны исчислить и уплатить налог с таких доходов в порядке, предусмотренном данной статьей. Ст. 230 Налогового кодекса Российской Федерации на вышеназванные организации возлагается также обязанность ведения учета доходов, полученных от них физическими лицами [8].

Прежде, чем принять ставку, тотализатор должен выяснить все

сведения о налогоплательщике, чтобы можно было предоставить их затем в налоговый орган. Но это противоречит самой природе тотализатора, где ставки принимаются анонимно. Кроме того, это обстоятельство противоречит и обычаям делового оборота, согласно которым до старта скачки или заезда должно быть принято как можно больше ставок и обслужено как можно большее количество желающих, т. е. скорость приема одной ставки не должна превышать нескольких секунд (во Франции, например, установлен норматив в 4 секунды за весь расчет у окошка кассы) [9]. В итоге получается, что, наряду с огромным количеством налогов, которые организация должна заплатить, в ее обязанности также входит сбор данных с клиентов, которые необходимо передать в налоговый орган. Как же можно поддерживать высокий уровень сервиса в пари типа «Следуй за деньгами», когда ставки принимаются в течение всего забега, если примерное время одной скачки или заезда две минуты? В итоге уровень сервиса сразу падает, ведь за это время возможно обслужить только одного клиента, а вместе с тем падает и количество денежных поступлений, ведь когда скачка разыграна, больше нет возможности на нее поставить.

Все же у тотализатора есть будущее, и это не пустые слова, ведь, невзирая на все проблемы российского коневодства в связи с политическими и экономическими событиями в стране, которые начались еще в 90-е годы XX века, оно развивается, пусть и пока лишь за счет неравнодушных людей. Развитие то-

тализаторских услуг может в разы ускорить этот процесс за счет поступления в него средств за счет массового потребителя. В любой азартной игре главное — событие. Нужно стремиться к тому, чтобы игроки могли делать ставки 24 часа в сутки, для этого необходимо развитие информационного сервиса, которого на данный момент вовсе не существует, исключая отдельные скачки в приложениях букмекерских контор, но помощь отрасли от них, как говорилось ранее, составляет лишь 5 % от

небольшого количества ставок.

Важно отметить и нравственный аспект тотализаторской деятельности. Любая азартная игра, будь то ставки на результат футбольного матча, или же «русская рулетка», несет за собой социальные риски. Если игра превращается в зависимость, то какой бы благородный характер она не носила, она будет вредить жизнедеятельности человека и общества. Именно поэтому азартная деятельность так строго регулируется законом.

Литература

1. Что такое тотализатор и почему он настолько популярен в сфере спортивных ставок? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.footboom.ru/foreign/newscommon/1424358223-chto-takoye-totalizator-i-pochemu-on-nastolko-populjaren-v-sfere-sportivnykh-stavok.html>// (дата обращения: 12.11.2021).
2. Тотализатор и букмекер: различия и особенности операторов РФ. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rarib.ru/news/4332/56653.html>// (дата обращения: 11.11.2021)
3. Ассоциация конно-спортивных тотализаторов – первая СРО с официально утвержденными документами [Электронный ресурс]. – URL: http://www.all-sro.ru/news/assotsiatsiya-konno-sportivnih-totalizatorov-pervaya-sros-ofitsialno-utverzhdennimi-dokumentami_151774302 (дата обращения: 14.11.2021).
4. Федеральный закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» от 29.12.2006 № 244-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64924/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/ (дата обращения: 14.11.2021).
5. *Каменева С. Е., Скороходова Е. С.* Формирование нормативной базы букмекерских и тотализаторских услуг в следствии опыта существования рынка в России и за рубежом // Историческая память в теории и социокультурной практике: грани транс-формаций и потенциал осмысления: Материалы IX Междунар. науч. кон. (23 апреля 2021 г.) / Под общ. ред. А. В. Баранова и Е. Н. Многолетней. Саратов: [Электронный ресурс]. Электрон. текстовые дан. (4 Мб). Саратов: Саратовский источник, 2021. 875 с.
6. Рейтинг букмекеров. [Электронный ресурс]. – URL: <https://stavkajor.ru/> (дата обращения: 10.10.2021).
7. Приказ «Об установлении посреднического размера процента организа-

Труды института бизнес-коммуникаций. Том 10. 2022

тора взаимного пари». [Электронный ресурс]. – URL: <https://cmh.ru/index.php?id=3145//> (дата обращения: 21.10.2021).

8. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ). [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671// (дата обращения: 10.11.2021).

9. У тотализатора нет другого выхода, как начать принимать интерактивные ставки [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rarib.ru/news/4349/50953.html//> (дата обращения: 10.11.2021).

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 130.2:379.8

А. С. Кадер

СУБКУЛЬТУРА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В ИССЛЕДОВАНИЯХ ЧИКАГСКОЙ ШКОЛЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ЭКОЛОГИИ И БИРМИНГЕМСКОГО ЦЕНТРА СОВРЕМЕННЫХ КУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Рассматривается специфика эволюции понятия субкультуры в исследованиях двух американских научных школ: Чикагской школы человеческой экологии и Бирмингемского центра современных культурных исследований, прослеживаются закономерности влияния социально-культурных факторов и культурной среды на изменение представлений социологов о феномене субкультуры.

Ключевые слова: субкультура, Чикагская школа человеческой экологии, Бирмингемский центр современных культурных исследований

Amir S. Kader

SUBCULTURE AS A CULTURAL PHENOMENON IN THE RESEARCH OF THE CHICAGO SCHOOL OF HUMAN ECOLOGY AND THE BIRMINGHAM CENTER FOR CONTEMPORARY CULTURAL STUDIES

The article examines the specifics of the evolution of the concept of subculture in the studies of two American scientific schools: the Chicago School of Human Ecology and the Birmingham Center for Contemporary Cultural Studies, traces the patterns of influence of socio-cultural factors and the cultural environment on the change of sociologists' ideas about the phenomenon of subculture.

Keywords: subculture, Chicago School of Human Ecology, Birmingham Center for Contemporary Cultural Studies

Молодежные субкультуры впервые привлекли внимание исследователей США в первые три десятилетия XX века. Наибольшее внимание этому вопросу уделяли представители Чикагской школы социологии. Именно в рамках Чикагской

школы сложилось негативное восприятие субкультуры как проявлений девиантности и асоциальности. В 1934 году Эдвин Х. Сазерленд, Дональд Р. Кресси и Дэвид Ф. Лакенбилл разработали теорию дифференциальных ассоциаций, расширив

положение Чикагской школы о взаимосвязи социальной среды и вероятности делинквентности. Основным смыслом теории дифференциальных ассоциаций заключался в отрицании привязки девиантного поведения к среде проживания (городскому району). Учеными было доказано, что склонность к девиации развивается не потому, что молодой человек проживает в определенном (криминогенном) районе, а по мере того, как он меняет социальные группы сверстников от более нормативных к более девиантным [1]. Между тем под субкультурами представители Чикагской школы подразумевали только ограниченные группы – городскую молодежь из рабочей среды.

Ограниченное теоретизирование Чикагской школы привело к созданию теорий с узкими типологиями, которые вскоре подверглись критике со стороны их современников. Альберт К. Коэн, например, разработал свою «общую теорию» субкультур. А.К. Коэн признавал, что общество «внутренне дифференцировано» на подгруппы, имеющие специфические способы мышления и действий. Он утверждал, что субкультуры – это движения, свойственные рабочей молодежи, отвергающие культуру среднего класса как реакцию на невозможность вписаться в систему ценностей господствующего класса. В своей статье, написанной в соавторстве с Джеймсом Ф. Шортом-младшим, он называл этот тип субкультуры мужской родительской субкультурой [2]. Описанная в статье модель представляла собой своего рода неутилитарную гедонистическую модель,

полностью оторванную от социальных норм и предназначенную только для молодых мужчин-правонарушителей. А.К. Коэн и Д.Ф. Шорт-младший строили свою типологию в соответствии с ее теоретическими рамками, поэтому, когда они рассматривали какую-либо форму субкультуры, характерную для среднего класса, уточнения авторов были очень неубедительными. Субкультуры среднего класса должны, по их мнению, иметь потенциально разные конструкции, поскольку молодежь среднего класса вписывается в иную социальную структуру, отличную от рабочей молодежи. Субкультурная реакция молодежи среднего класса, по их мнению, должна быть теоретически иной. Однако они не обозначают никакой разницы между субкультурами среднего класса и субкультурой рабочего класса. Это означает, что, когда теоретические рамки являются слишком ограниченными, результаты исследований оказываются неточными и неполными.

Справедливости ради надо заметить, что в практике гуманитарных наук разговор об использовании понятия «субкультура» ведется только с 1940-х годов, по крайней мере, так указывает в теоретической части своей работы, изучающей субкультуру готов, Пол Ходкинсон [3].

В 1947 году Мильтон М. Гордон разрабатывает концепцию субкультуры, рассматривая ее не с точки зрения принятого на тот момент функционалистско-криминологического подхода, т. е. не как девиантную традицию молодежи рабочего класса, а как подотдел того, что он называл национальной культу-

рой [4]. Субкультуры у М. Гордона представляют собой социальные группы, сосредоточенные вокруг комплекса интегративных факторов, таких как религия, социальное происхождение, географическое положение и т. п. Концепция субкультуры позволила М. Гордону сформулировать понятие системы социальной организации, выходящей за рамки ключевых понятий, используемых в социальных науках, таких как «социальный класс» и «этническая группа». Исследование М. Гордона впоследствии позволило, во-первых, применять понятие субкультуры вне границ национальной культуры, во-вторых, изучать конкретные группы с определенным поведением на основании построения социологического индекса, принимая во внимание факторы, которые могут не привести людей к присоединению к субкультурам. Нужно отметить, что манера М. Гордона использовать термин «субкультура» не пошла слишком далеко: он использовал понятие для того, чтобы логически расширить концепцию культуры, так же, как в его время говорили о «городской культуре» или «культуре среднего класса». Что более важно, как уже отмечал автор, что М. Гордон определял понятие субкультуры как подотдела национальной культуры. Он идентифицировал этот подотдел на основе нескольких фактов, обозначающих социальное положение индивида, будь то этнос, географическое положение или социальный класс. Эта принадлежность, основанная на определенных социальных чертах, образует, по мнению М. Гордона, сочетание функциональных единиц, оказы-

вающих влияние на участвующих индивидов. Текст М. Гордона, по видимому, не оказал значительного влияния на его современников. Однако его научный подход, распространивший понятие субкультуры на все общество, делает его предшественником современных субкультурных концепций. По сути, М. Гордон в своей теории представляет субкультуры как социальную реальность, что сближает его концепцию с постмодернистским толкованием понятия субкультуры у Мишеля Фрейтага.

М. Фрейтаг рассматривает субкультуры как характеристику постмодернизма, в котором современность воспринимается через «политико-институциональный» способ воспроизводства. Этот способ воспроизводства можно понимать как «рефлексивное производство социальных институтов и правил, основанных на явных принципах и целях» [5, с. 41]. Культура в рамках современности, согласно этой точке зрения, становится прерогативой государственных институтов. С другой стороны, культура претерпевает смещение в рамках движения к постмодернизму. С этой точки зрения понятие субкультуры также представляет собой границу унитарной концепции институционально-государственной культуры в рамках современности. Доступность телефона и телевидения во второй половине XX века оказали огромное влияние на то, как трансформировалось общение, обучение, игра и образ жизни в целом, как формировался новый опыт социальной вовлеченности и трансформировались досуговые практики. В контексте постмодер-

низма культура, отодвинутая в сферу частной жизни, привела к формированию новых форм, и именно здесь мы находим субкультуры. Субкультура у М. Фрейтага является частью одного и того же социально-исторического движения, то есть процесса, в котором индивид сталкивается с несколькими нормативностями, а не только с организованной нормативностью к внутреннему трансцендентальному референту (разуму). Например, М. Фрейтаг уточняет, что одной из черт постмодернистского социального порядка является то, что «он не достигает априорного единства, как это было в случае культуры или власти» [5, с. 43]. Этот «способ воспроизводства» сам по себе не является производителем коллективной идентичности. Таким образом, мы можем найти разные субкультуры, основанные на разных тождественных референтах. Принимая эту концепцию, а именно, что субкультуры будут признаком общества, где культурные референты отнесены к частной сфере, автор предполагает необходимость рассмотрения нескольких теорий, возникших в рамках Бирмингемской школы.

В середине 1960-х годов при Бирмингемском университете (Великобритания) возник Центр современных культурных исследований, целью которого было выявление причин возникновения после Второй мировой войны молодежных субкультур (скинхедов, рокеров, тедди-бойз, модников и др.). В этот период попытки регулирования нравственного поведения представителей рабочей молодежи шли рука об руку с углублением коммерциализации до-

суга. Паб, музыка, различные виды спорта были переосмыслены с точки зрения открывающихся досуговых возможностей: введение тематических программ, иностранной кухни, караоке предполагали привлечение более молодых клиентов, располагающих соответствующим доходом. Паб или спортивный клуб стали регулярной частью досугового поведения, в котором выражалась социальная солидарность, а спарринги в пабах, клубные драки и хулиганство стали приметами сопротивления благообразной буржуазной идеологии.

Важнейшим аналитическим инструментарием исследовательской программы Центра современных культурных исследований стали концепции субкультуры, в значительной степени вдохновленные этнографическими исследованиями Чикагской школы маргинальных групп (таких как уличные бандиты, курильщики марихуаны, бродяги) и неомарксистская концепция сопротивления, в рамках которой зрелища и эстетические культурные практики рассматривались как проявления сопротивления установившемуся общественному порядку. Под субкультурой подразумевались определенные группы молодежи с «конфронтационным» и «перформативным» жизненным стилем, т. е. практики и убеждения, противоположные ценностям буржуазного мейнстрима.

Заимствовав из Чикагской школы концепцию субкультуры как девиации, представители Бирмингемской школы адаптировали ее, по выражению Дика Хебдиджа, под объяснение «семиотической партизанской войны» [6]. Ричард Хоггарт,

изучая субкультуру рабочей молодежи, выделил неявные связи между культурой и гегемонией: социальные группы решают свои статусные проблемы, создавая новую субкультуру и устанавливая новые нормы, не соответствующие нормам доминирующей культуры, либо присваивая стили доминирующей культуры для демонстрации новых смыслов, например, символически перерабатывая предметы моды [7].

Вклад Бирмингемской школы заключался в рассмотрении субкультуры не с позиции ее политического веса и подрывных качеств, но – в большей мере – с точки зрения культурной значимости и творческого потенциала молодежного сегмента. Неомарксистский подход бирмингемской школы проявился в утверждении зависимости возникновения и функционирования субкультур от классовых ориентаций и опыта сопротивления гегемонистской доминантной структуре через стили и ритуалы.

Несмотря на значительный вклад Бирмингемской школы в субкультурные исследования, способ возникновения субкультур, разработанный этой школой, мало соответствовал истине. Если, например, мы согласны рассматривать субкультуры как небольшие группы, имеющие более или менее разные социокультурные референты и независимые от остального общества, то мы должны априори отвергнуть теории, предназначенные для слишком узких групп, ограниченных в том смысле, что, согласно этим теориям, мы можем применять понятие субкультуры только к небольшому меньшинству отдельных индивидов.

По сути, исследования Бирмингемской школы сформировали британскую концепцию субкультуры, строго ограниченную гендером, возрастом, расой, этнической принадлежностью, социальной стратой, изучаемым периодом и функцией: объектом исследования были группы, возникшие в послевоенный период и состоящие из молодых британцев мужского пола из рабочего класса; кроме того, представителями Бирмингемской школы никогда не рассматривалась идея о том, что молодые люди могут играть свою субкультурную роль не в целях протеста, а просто ради досуга и удовольствия [8]. Этот подход теоретически ограничивал существование субкультурного феномена просто опытом социальных групп рабочего класса, чей потенциал расценивался как более низкий, чем опыт доминирующей социальной структуры.

В теории Чикагской школы мы находим ту же проблему теоретического ограничения (например, у Альберта К. Коэна и Джеймса Ф. Шорта-младшего). Другими словами, исследования Чикагской и Бирмингемской школ имели теоретические рамки, ограничивающие определение субкультуры частью социального класса, причем большинство из этих субкультур были зарезервированы, как правило, для молодых людей из рабочей среды.

Поскольку теоретические рамки были определены заранее, то и результаты работы исследователей были как бы известны заранее. Теоретическая конструкция, сформулированная вокруг понятия стилистического сопротивления гегемонистской культуре и культуре воспита-

ния, оказывается очень неубедительной, когда изучается эмпирически. Этот принцип культурного сопротивления позволяет причислять к субкультурам только чисто подрывные социальные группировки, происходящие из рабочего класса: панки, тедди-бойз, моды и так далее, поскольку внешние проявления субкультур противоположны так называемой гегемонистской культуре, а представители субкультур – выходцы из рабочей молодежи. Например, в соответствии с теорией Бирмингемской школы, хиппи не могли быть субкультурой, поскольку они происходили из среднего класса, противостояли только родительской культуре, а не господствующей, и, таким образом, представляли собой контркультуру [9, с. 57-71]. Таким образом, схема Бирмингемской школы оказывается весьма ограниченной в отношении применения концепции субкультуры, и это связано с тем, что теории Бирмингем-

ской школы были политически ориентированы.

Теория М. Фрейтага, которой автор отдает предпочтение, является более инклюзивной. Она предназначена не только для небольшой части общества, находящейся вне рациональности или борющейся с доминирующей культурой – мы находим у М. Фрейтага возможность для распространения концепции субкультуры на общество в целом. Субкультуры представляют, по его мнению, эмпирическую сегментацию культуры, основанную на разнообразной форме переживаний. Субкультуры могут существовать под видом различных референтов, таких как место жительства или рождения, пол, возрастная группа, хобби и т. п. Это означает, что при отказе от метафизических императивов, встречающихся в классических теориях, понимание субкультуры может распространяться на все сферы общества.

Литература

1. *Sutherland E. H., Cressy D. R., Luckenbill D. F.* Principles of criminology. 11th ed. Dix Hills, N.Y. : General Hall, 1992. 696 p.
2. *Cohen A. K., Short J. F. Jr.* Research In Delinquent Subculture // The Journal Of Social Issues. 1958. vol.14 No. 3. P. 20–36.
3. *Hodkinson, P.* "Net.goth": Internet communication and (sub)cultural boundaries. // The Post-subcultures Reader ; Muggleton D. and Weinzierl R. (eds).
4. *Gordon, M. M.* The Concept of the Sub-Culture and Its Application // Social Forces, Vol. 26, Iss. 1, October 1947, P. 40–42. – URL: <https://doi.org/10.2307/2572602> (дата обращения: 05.01.2022).
5. *Freitag, M.* L'oubli de la société : Pour une théorie critique de la postmodernité. Nouvelle édition [en ligne]. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2002. – URL: <http://books.openedition.org/pur/24122>. (дата обращения: 05.01.2022). ISBN : 9782753538085.
6. *Hebdige, D.* Subculture-the Meaning of Style. Londres: Routledge, 1987. 195 p.

7. **Hoggart, R.** The Uses Of Literacy. Londres: Chato And Windus, 1967. 319 p.

8. **Juniu, S.** The transformation of leisure // Leisure/Loisir. 2010. No 33. 463-478. – URL: https://www.researchgate.net/publication/261612026_The_transformation_of_leisure/citation/download (дата обращения: 05.01.2022).

9. **Bruin, S. de.** Something for everyone? Changes and choices in the ethnoparty scene in urban nightlife // Vossiuspers - Amsterdam University Press. 2011. 223 p. – URL: <http://nl.aup.nl/books/9789056296698-something-for-everyone.html> (дата обращения: 05.01.2022).

УДК: 371.11

Н. А. Тимошкина

КЛАССНОЕ РУКОВОДСТВО В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В статье показана важность работы классного руководителя в современной школе. Проведен исторический обзор становления института классного руководства в нашей стране. На основе профессионального стандарта, прописанного в модуле «Классное руководство», даны рекомендации по реализации совместных усилий классного руководителя и других сотрудников школы с семьями учащихся.

Ключевые слова: *классное руководство, воспитание, обучение, дистанционное обучение, образовательный процесс, образовательный стандарт*

Nadezhda A. Timoshkina

CLASSROOM MANAGEMENT IN RUSSIA: HISTORY AND MODERNITY

The article shows the importance of the work of a class teacher in a modern school. A historical review of the formation of the institute of classroom management in our country has been conducted. Based on the professional standard prescribed in the module "Classroom management", recommendations are given for the implementation of joint efforts of the class teacher and other school staff with the family of students.

Keywords: *classroom management, education, training, distance learning, educational process, educational standard*

В современной России деятельность классного руководителя претерпевает значительные изменения. Во время пандемии *COVID-19*, когда учебные заведения вынуждены были перейти на дистанционное обучение, роль классного руководителя проявилась очень остро, подтвердив обоснованность признания ее особой значимости и необходимости под-

держки. В послании Президента Федеральному Собранию Российской Федерации от 15 января 2020 года отмечалась особая ответственность работы, связанной с обучением и воспитанием детей, требующей особой подготовки педагогов и их особой поддержки [6].

Изучение и переосмысление роли классного руководителя в ор-

ганизации образовательного процесса поможет многим начинающим педагогам и уже опытным учителям избежать ряда ошибок и трудностей в своей работе.

В России люди, профессионально занимающиеся воспитанием подрастающего поколения, существовали на протяжении многих столетий. В дворянских семьях изначально были «дядьки» и «няньки», затем появились гувернантки и гувернеры. В период правления императора Николая I воспитанию стали уделять особое внимание. Причиной этого стало восстание декабристов и последующие изменения в общественной жизни. В этот исторический период русская школа была максимально ориентирована на прусскую школу. Педагогическая система И. Ф. Гербарта была широко распространена в школах России, выполняя основную цель воспитания того времени: формирование преданного, верноподданного гражданина.

Официально институт классного наставничества в России был учрежден только во второй половине XIX в. В Уставе 1871 г. используется понятие «классный наставник в гимназиях и прогимназиях». Назначались они из числа работающих преподавателей. В круг обязанностей классных наставников входили: поддержание порядка на уроках; контроль за посещением, наличием учебных пособий; ведение школьной документации и пр. Однако, как отмечала известный историк образования Д. И. Латышина, эта должность не была престижной [2].

В начале XX века в российских школах стали целенаправленно осуществлять внеклассную работу, ор-

ганизовывать досуг воспитанников: внедряются кружки по разным направлениям; организуются постановки спектаклей, выставки, экскурсии и пр. При этом классный руководитель выполнял только контролирующую роль, не являясь организатором и участником проводимого мероприятия.

После революции 1917 года должности наставников и классных дам были упразднены, а в обязанности каждого учителя стало входить выполнение функций обучения и воспитания. В 1931 году в СССР была введена должность групповода, а с 1934 года – классного руководителя. В некоторых учебных заведениях послевоенного времени была введена должность классного наставника, а в организациях среднего профессионального и высшего профессионального образования – должность куратора [12].

В постсоветский период долгие годы классным руководителем, как и в советское время, оставался преподающий учитель. Проходили годы, но на практике в образовательных учреждениях практически ничего не менялось, лишь добавлялось количество документации, которую должен был вести классный руководитель, а воспитанию уделялось все меньше внимания.

Пандемия коронавируса и переход учебных заведений на дистанционное и смешанное обучение показали, насколько в организации учебного процесса важна в современной школе роль классного руководителя. Как правило, классный руководитель – очень значимый человек для школьника, оказывающий серьезное влияние на развитие подрастающей

личности в целом. От его педагогического мастерства во многом зависит формирование жизненных ценностей школьника [9].

В Федеральном Законе «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 31.07. 2020 г. № 304-ФЗ предложена уточненная трактовка понятия «воспитание». Воспитание рассматривается как «деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства ...» [11]. В соответствии с этим документом разработаны Методические рекомендации по организации работы педагогических работников, осуществляющих классное руководство в общеобразовательных организациях. При этом, как отмечает М. А. Углицкая, в Методических рекомендациях 2020 года наименование «классный руководитель» отсутствует. Вместо него употребляется выражение «педагогические работники, осуществляющие классное руководство в общеобразовательных организациях», что указывает на то, что классное руководство выступает отдельным видом педагогической деятельности [10].

Перед педагогами, осуществляющими классное руководство, согласно Методическим рекомендациям, стоят задачи, среди которых необходимо отметить формирование у обучающихся активной гражданской позиции; формирование внутренней позиции личности обучаю-

щегося по отношению к негативным явлениям окружающей социальной действительности, деструктивным сетевым сообществам и др.; формирование способности обучающихся реализовать свой потенциал в условиях современного общества за счёт активной жизненной и социальной позиции, использования возможностей волонтерского движения, детских общественных движений, творческих и научных сообществ и др. [3].

В соответствии с профессиональным стандартом «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)» деятельность классного руководителя в современной школе четко прописана в модуле «Классное руководство» [7]. Все учебные заведения, осуществляющие подготовку педагогических работников, изучают данный учебный модуль. Разрабатывая план воспитательной работы и программу воспитания, образовательная организация может опираться на примерный перечень видов и форм воспитания, приведенный в данном модуле. Так, осуществляя работу с классом, педагог (классный руководитель, воспитатель, куратор, наставник, тьютор и т. п.) организует индивидуальную работу с учащимися вверенного ему класса; проводит работу с учителями, работающими в данном классе; осуществляет работу с родителями учащихся или их законными представителями [12]. Например, работа с классным коллективом может включать организацию с учащимися класса совместных дел, которые были бы интересны и полезны

для личностного развития ребенка. Сплочению ученического коллектива способствуют игры и тренинги, однодневные и многодневные походы и экскурсии, которые классный руководитель может организовать совместно с родителями [8].

Обязательной для классного руководителя является индивидуальная работа с учащимися. Поддерживая ребенка в решении важных для него жизненных проблем, педагог может корректировать поведение ребенка [1].

Работа с родителями учащихся или их законными представителями не должна сводиться только к их регулярному информированию о школьных успехах и проблемах детей и жизни класса в целом. Она

должна включать в себя помощь родителям школьников или их законным представителям в регулировании отношений между ними, администрацией школы и учителями-предметниками; организацию семейных праздников, конкурсов, соревнований, направленных на сплочение семьи и школы, и др. [4]. Данная работа может проходить как очном формате, так и онлайн [5].

Обобщая вышесказанное, можно выделить следующее: деятельность и родителей, и образовательного учреждения направлена на становление личности, которая будет жить в современном обществе. Объединяя усилия, можно добиться более высоких результатов, чем работая поодиночке.

Литература

1. **Болотин, И. С.** Психология и педагогика: учебное пособие / И. С. Болотин, Н. А. Тимошкина. Москва: МАТИ – Российский государственный технологический университет им. К.Э. Циолковского, 2010. 162 с.
2. **Латышина, Д. И.** История педагогики (История образования и педагогической мысли): учеб. пособие. Москва: Гардарики, 2005. 603 с.
3. Методические рекомендации органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющим государственное управление в сфере образования, по организации работы педагогических работников, осуществляющих классное руководство в общеобразовательных организациях. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74073067/> (дата обращения: 09.06.2021).
4. **Моисеева, А. Н.** Осуществление педагогическими работниками классного руководства в современных условиях: нормативно-правовой аспект / А. Н. Моисеева, А. А. Муратова // Вопросы педагогики. 2020. № 9-2. С. 180-183.
5. **Надточий, Ю. Б.** Факторы, влияющие на качество онлайн-занятий / Ю. Б. Надточий // Гуманитарные науки и образование. 2021. Т. 12. № 2(46). С. 68-74.
6. Послание Президента РФ В. В. Путина Федеральному Собранию РФ от 15 января 2020 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1314404/> (дата обращения: 09.06.2021).
7. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 18 октября

2013 г. N 544н «Об утверждении профессионального стандарта "Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)"» (с изм. и доп.) [Электронный ресурс]. – URL: <https://base.garant.ru/70535556/> (дата обращения: 10.06.2021).

8. **Тимошкина, Н. А.** Воспитательная работа в современной школе: учебно-методическое пособие / Н. А. Тимошкина. Москва: Академия повышения квалификации и проф. переподготовки работников образования, 2009. 134 с.

9. **Тимошкина, Н. А.** Педагогическое мастерство как основа профессиональной деятельности современного педагога / Н. А. Тимошкина // Труды института бизнес-коммуникаций: сб. науч. ст. ; под общ. ред. М. Э. Вильчинской-Бутенко. Санкт-Петербург: СПбГУПТД, 2021. С. 65-68.

10. **Углицкая, М. А.** Модернизация воспитательной деятельности: классный руководитель в современной школе / М. А. Углицкая // Источник. 2020. № 3. С. 36-38.

11. Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 304-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся" [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74351950/> (дата обращения: 10.06.2021).

12. **Чебунькина, Т. А.** Институт классного руководства и кураторства – значимая практика социального взаимодействия с семьей / Т. А. Чебунькина, Е. И. Мигунова // Психолого-педагогическая деятельность: сферы сотрудничества и взаимодействия: материалы III межрегион. заоч. науч.-практич. интернет-конф. с международным участием ; Кострома, 12–15 октября 2017 года / Костромской гос. ун-т. Кострома: КГУ, 2017. С. 273-276.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Баданова Евгения Сергеевна старший специалист e-badanova99@mail.ru	Тринадцатый арбитражный апелляционный суд. Северо-Западный судебный округ 191015, Россия, Санкт-Петербург, Суворовский проспект, дом 65, лит. А
Байбатырова Наиля Мунировна кандидат филологических наук, доцент aulova83@mail.ru	Астраханский государственный университет 414056, Россия, Астрахань, ул. Татищева, 20 «А»
Гальченко Ирина Сергеевна магистрант кафедры менеджмента isb-sutd@yandex.ru	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Вильчинская-Бутенко Марина Эдуардов- на кандидат педагогических наук, доцент, заве- дующий кафедрой 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Вольская Ольга Александровна документовед o.tyushkina@mail.ru	«Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») Санкт-Петербург-Пассажирский- Московская дистанция сигнализации, централи- зации и блокировки
Жильцова Полина Викторовна архивариус tanathiel@mail.ru	ООО «Престиж» 194044, Россия, Санкт-Петербург, ул. Чугунная, д. 14П
Кадер Амир Святославович кандидат педагогических наук, доцент 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Каменева Светлана Евгеньевна кандидат экономических наук, доцент kamenevase@mail.ru	Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, д. 83
Маслов Михаил Михайлович аспирант 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Мокану Татьяна Геннадьевна старший инспектор tanamosanu@mail.ru	ООО «РУСГАНЗА Продактс» 199178, Россия, Санкт-Петербург, 15 линия В.О., д.12, литер А
Пряхина Валерия студент latitude6@mail.ru	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Саван Васим аспирант 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный универ- ситет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Скороходова Елена Сергеевна	Саратовский национальный исследовательский государственный университет

Труды института бизнес-коммуникаций. Том 10. 2022

магистрант alenka_98-98@mail.ru	им. Н. Г. Чернышевского 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, д. 83
Смирнова Вероника Владимировна кандидат психологических наук, доцент v_v_smirnova@mail.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Сойкина Ксения Евгеньевна документовед shpakksu@yandex.ru	ОАО "КАРАВАЙ" 191167, Россия, Санкт-Петербург, ул. Херсонская, д. 22
Строгая Наталья Александровна магистрант 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Суперова Елена Владимировна заместитель директора института бизнес-коммуникаций alena-superova@mail.ru	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18
Тимошкина Надежда Александровна кандидат педагогических наук, доцент nad-timoshkina@yandex.ru	Московский педагогический государственный университет 119991, Россия, Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1
Шигорина Виктория Николаевна аспирант 2722306@gmail.com	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна 191186, Россия, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 18

ТРУДЫ ИНСТИТУТА БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

2022 • Том 10

Статьи публикуются в авторской редакции

Оригинал-макет М. Э. Вильчинская-Бутенко, Е. Г. Шемшуренко

Научное электронное издание сетевого распространения

Системные требования:

электронное устройство с программным обеспечением
для воспроизведения файлов формата PDF

Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=202285. – Загл. с экрана.

Дата подписания к использованию 22.03.2022 г. Рег. No 85/22

ФГБОУВО «СПбГУПТД»

Юридический и почтовый адрес:

191186, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18.

<http://sutd.ru/>