



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
State University named after Shakarim Semey City
Penza State Technological University
New Bulgarian University

**INNOVATIVE PROCESSES IN ECONOMIC,
SOCIAL AND SPIRITUAL SPHERES OF LIFE
OF SOCIETY**

Materials of the XI international scientific conference
on May 25–26, 2021

Prague
2021

Innovative processes in economic, social and spiritual spheres of life of society: materials of the XI international scientific conference on May 25–26, 2021. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2021. – 42 p. – ISBN 978-80-7526-531-9

ORGANISING COMMITTEE:

Alexey P. Konovalov, candidate of historical sciences, professor in the department of history, State University named after Shakarim (Semey), chairman of «Independent sociological center of Semey», Honored Science Worker of the Republic of Kazakhstan.

Nicholay Arabadzhiyski, Doctor of economics, professor the department of administration and management, New Bulgarian University.

Lyudmila I. Naydenova, Doctor of Sociological Sciences, professor.

Bozhena Ivanovska, Ph.D., Dean of the Faculty of Philology, School of Tourism and Foreign Languages (Poland).

Natalia V. Osipova, candidate of sociological sciences, assistant professor of Penza State Technological University.

Ilon G. Doroshina, candidate of psychological sciences, assistant professor, chief manager of the SPC «Sociosphere».

Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines modern philosophic paradigms. Some articles deal with Eastern and Western philosophy. A number of articles are covered epistemological and ontological pluralism. Some articles are devoted to philosophic problems of development of modern spiritual culture. Authors are also interested philosophical issues of political processes.

UDC 330.34+316.42

ISBN 978-80-7526-531-9

© Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ», 2021.
© Group of authors, 2021.

CONTENTS



I. TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL INNOVATION IN VARIOUS INDUSTRIES

Ваколюк К. К.

Применение инновационных видов транспорта в рамках
«последней мили»5

II. THE ROLE OF INNOVATION IN THE HUMANIZATION OF SOCIAL RELATIONS, THE DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY AND THE RULE OF LAW

Боровченков Е. О.

Место франчайзинговых отношений в российском законодательстве.....9

Савельев О. Н.

Гражданское законодательство в регулировании трудовых отношений:
проблема подмены трудового договора гражданско-правовым..... 16

III. CULTURE AS THE SPHERE OF THE INNOVATION SPACE AND THEIR INTERPRETATION

Alekseeva A. A.

L. van Beethoven in the space of the cinematographer..... 20

Zvonova E. V., Fedorova A. S.

Music in creating mediatext of advertising..... 23

Юзкеч Ф. С.

Творчество художников «Группы D» Турции 25

IV. VALUE OF PRAGMATIC, SPIRITUAL AND NATURAL, AND THE RESULTS IN TERMS OF TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS

Бегиев В. Г. Бегиев О. В. Засимова А. А.

История и логика евгеники 31

**V. THE FORMS, TOOLS AND TECHNIQUES
OF INFORMATION, LEGAL AND PSYCHOLOGICAL SUPPORT
INNOVATIVE PROCESSES**

Алексиева Д. Ал., Йорданова Е. Ш.

Иновативни форми и техники в управлението34

План международных конференций, проводимых вузами России,
Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Казахстана,
Узбекистана и Чехии на базе Vědecko vydavatelské centrum
«Sociosféra-CZ» в 2021 году38

Информация о научных журналах 39

Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské
centrum «Sociosféra-CZ»..... 40

Publishing service of the science publishing center «Sociosphere» –
Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» 41



I. TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL INNOVATION IN VARIOUS INDUSTRIES



ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА В РАМКАХ «ПОСЛЕДНЕЙ МИЛИ»

К. К. Ваколюк

*Магистрант,
Уральский государственный
университет путей сообщения,
г. Екатеринбург, Россия*

Summary. This article aims to analyze alternative delivery concepts, highlighting their strengths and weaknesses. The considered concepts can be divided into those already applied in certain regions, as well as the concepts of the near future, based on which technologies are only being developed.

Keywords: transportation; city logistics; last-mile delivery.

Экономическое развитие, рост благополучия населения и урбанизация способствуют увеличению объёмов посылок, доставляемых клиентам на дом, а также коммерческим организациям. Прогнозируется, что к 2050 году, в крупных городах будет жить около 70 % всего населения. Электронная коммерция всё глубже проникает в бизнесы, ежегодно увеличивается объём онлайн-заказов. Это вызывает рост грузового транспорта, въезжающего в города, увеличивает загруженность дорог, а издержки, связанные с доставкой, кратно повышаются. У традиционных методов доставки имеется ряд проблем, которые остаются не решёнными на данный момент, вероятнее всего инновационные виды транспорта и логистические цепочки будут способны их решить.

Традиционные методы доставки сталкиваются с проблемой роста расходов в зависимости от загруженности дорог и отсутствия парковочных мест вблизи пункта назначения. Также с вероятностью от 12 до 60 % клиент может не оказаться на месте или ему неудобно временное окно доставки.

Доставка «последней мили» существенно ограничена сроками. В последнее время электронная коммерция предлагает доставку день в день и даже в течение пары часов после оформления заказа. Это вызывает неравномерную загруженность курьерских служб. Как правило объём срочных заказов приходится на выходные дни и сезонные распродажи, что требует создания резервных мощностей и сотрудников [1].

Увеличение количества транспортных средств с ДВС усиливает негативное влияние на окружающую среду и здоровье людей. Общественное мнение меняется в сторону «зелёных» технологий, потребители готовы

переплачивать за более качественные продукты, произведённые с минимальным влиянием на экологию. А компании, которые руководствуются принципами корпоративной социальной ответственности становятся более устойчивыми.

Данная работа нацелена на анализ альтернативных концепций доставки с выделением сильных и слабых сторон. Рассматриваемые концепции можно разделить на уже применяющиеся в отдельных регионах, а также концепции ближайшего будущего, основанные на технологиях которых только, разрабатываются.

В европейских городах с высокой плотностью населения успешно применяются грузовые велосипеды, приводимые в движение не только мускульной силой, но и электрическим двигателем. Ключевыми преимуществами такого вида доставки является полное отсутствие выбросов загрязняющих веществ и разгрузка автодорог. Грузовой велосипед обладает большей мобильностью и способен осуществлять доставку в районы, где движение автомобилей ограничено (пешеходные зоны, дворы жилых домов и т.д.). Надо отметить, что всё-таки у такого метода присутствуют и недостатки. Один из которых выражается в малой вместимости для перевозимого груза, также у велосипеда существенно меньше, потенциальный, район обслуживания. Всё это требует дополнительных инвестиционных затрат на создание локальных складов в районах доставки, таким образом увеличится стоимость основных средств компании и возрастут амортизационные отчисления, но в тоже время произойдёт снижение транспортных расходов. Таким образом наиболее целесообразно применение грузовых велосипедов в городской среде с высокой плотностью населения.

Как уже упоминалось ранее, заказчика с определенной долей вероятности, может не оказаться на месте, вместе с этим, курьеру требуется добраться до каждого отдельного клиента. Всё это делает доставку на дом одним из самых дорогих и трудоемких способов доставки. Почтовые сервисы нашли способ, снижающий стоимость доставки, такой как применение посылочных автоматов, рассредоточенных по городу. Такой способ экономит силы и время курьера на доставку, так как предполагает, что заказчик сам заберёт посылку в удобное для него время. Но не все потребители готовы терять долю комфорта, ведь для получения груза им необходимо затратить собственные силы на перемещение в точку выдачи заказа, поэтому почтовым сервисам следует найти компромисс в своих тарифах, чтобы такой метод доставки был более привлекателен. Также нет ответа на экологический вопрос, произойдёт ли снижение вредных выбросов? Всё зависит от того, поедет ли клиент на личном автомобиле/такси или пойдет пешком. И даже если поедет на автомобиле, это не всегда приводит к дополнительным выбросам, ведь он может забрать заказ по пути из дома на работу [2].

Применение постаматов требует точного планирования их вместимости и расположения в городской среде, чтобы охватить наибольшее ко-

личество жителей и при этом быть находиться достаточно близко, чтобы клиенты выбрали такой способ доставки. С точки зрения инвестиций, требуются значительные затраты на установку постаматов, а также их последующее содержание. Параллельно с этим происходит снижение транспортных расходов.

Доставка при помощи дронов является одной из самых популярных разработок. Уже сейчас существуют прототипы и многие технологические компании участвуют в развитии данной идеи. Доставка с помощью беспилотных летательных аппаратов стала ещё более актуальной после усиления эпидемиологических рисков, которые ранее не рассматривались многими компаниями. На данный момент у дронов есть ряд ограничений, в первую очередь это малая грузоподъёмность, которая составляет в среднем 5 кг, а также возможность перемещать один груз за раз, после чего необходимо возвращаться для получения следующего груза. К недостаткам можно отнести и малый запас хода, что требует замены элементов питания после каждого полета, длительной зарядки или применение более совершенных технологий.

Перемещение по воздуху значительно быстрее, чем по дорогам общего пользования, поэтому применение дронов сможет значительно ускорить доставку и разгрузить дороги общего пользования. А если склады и управление дроном полностью автоматизированы, появляется возможность круглосуточной доставки. Так как БПЛА используют электроэнергию для перемещения, углеродный след сводится к минимуму.

На текущий момент в связи с малым запасом хода у дронов, требуется создание инфраструктуры для подзарядки батарей и получения груза, что сопряжено с высокими инвестиционными затратами, в виду высокой технологичности устройств и отсутствия их массового производства [3].

Альтернативным вариантом интеграции дронов в логистическую цепь, может быть оборудование фургона док-станцией и устройством подачи посылок. Такой метод доставки предполагает использование сильных сторон различных видов транспорта. Фургон обладает большим запасом хода и высокой грузоподъёмностью, а дрон высокой скоростью и возможностью доставлять малогабаритные посылки, не взирая на дорожную ситуацию. В таком сценарии автомобиль выступает мобильным складом, он направляется по спланированному маршруту, а непосредственно дрон доставляет грузы [4].

Также компании занимаются созданием автономных роботов-доставщиков. Они, как и дроны, самостоятельно осуществляют доставку, но перемещаются по тротуарам со скоростью пешеходов. Преимуществом является чуть большая грузоподъёмность, порядка 10 кг. Низкая скорость передвижения существенно уменьшает радиус действия таких ботов, и требует создания схожей инфраструктуры, что и для дронов. Одним из преимуществ является то, что низкая скорость и перемещение по тротуарам снижает требования по безопасности, что позволяет уже сейчас внед-

рять такие технологии в некоторых странах, без внесения изменений в нормативно-правовую базу.

На данный момент невозможно ответить на вопрос, какой из способов доставки будет более эффективным. Какие-то технологии уже применяются, а какие-то будет возможно применять уже в ближайшем будущем. Каждая из технологий имеет свои преимущества и недостатки. Например, применение беспилотных летательных аппаратов потребует сотрудничества с представителями власти, для создания нормативно-правовой базы для регулирования данного сегмента доставки. Также присутствует временной лаг между вводом новых технологий, в виду сложности, а также других факторов, и тем моментом, когда большая часть населения примет их.

Требуется дальнейшее изучение наземной и воздушной беспилотной доставки. Необходимы значительные наработки во многих сферах машинного обучения, таких как компьютерное зрение и глубокое обучение, для широкого развертывания озвученных технологий.

Библиографический список

1. Ghilas V, Demir E, Van Woensel T (2016c) The pickup and delivery problem with time windows and scheduled lines. *Inf Syst Oper Res* 54:147–167
2. Schwerdfeger S, Boysen N (2020) Optimizing the changing locations of mobile parcel lockers in lastmile distribution. *Eur J Oper Res* 285:1077–1094
3. Otto A, Agatz N, Campbell J, Golden BL, Pesch E (2018) Optimization approaches for civil applications of unmanned aerial vehicles (UAVs) or aerial drones: a survey. *Networks* 72:411–458
4. Poikonen S, Golden BL (2019) The mothership and drone routing problem. *INFORMS J Comput* (to appear)



II. THE ROLE OF INNOVATION IN THE HUMANIZATION OF SOCIAL RELATIONS, THE DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY AND THE RULE OF LAW



МЕСТО ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Е. О. Боровченков

*Студент,
Калужский государственный
университет им. К. Э. Циолковского,
г. Калуга, Россия*

Summary. The franchise agreement in the Russian Federation is the main agreement that formalizes the relationship for organizing a business in the form of franchising. Under a franchise agreement, one party (franchisor) undertakes to provide the other party (user), for a fee, for a period or without specifying a period, the right to use in the user's business a set of exclusive rights belonging to the franchisor, including the right to a trademark, service mark, as well as rights to other objects of exclusive rights provided for by the agreement, in particular to a commercial designation, a secret of production (know-how). The paper analyzes the content and features of this agreement.

Keywords: Franchise agreement; franchising; legislation of the Russian Federation; entrepreneurial activity; business reputation; commercial experience.

Актуальность темы обусловлена тем, что, в настоящее время франчайзинг является быстрорастущей и широко распространенной бизнес деятельностью, но ее юридические аспекты создают много потенциальных трудностей для тех, кто намеревается действовать в рамках договорных отношений указанной деятельности. Правовые проблемы во франчайзинге возникают не только из-за многочисленных разногласий, которые присущи франчайзинговым соглашениям, но и потому, что франчайзинг – это не один из видов договоров; это скорее концепция, охватывающая всевозможные виды контрактов в различных аспектах хозяйственной деятельности.

Цель работы состоит в определении места франчайзинговых отношений в законодательстве Российской Федерации.

Всего 25 лет назад в большинстве национальных законодательств франчайзинг представлял собой «безымянный договор» (контракт *innominatus*), который не был предметом специального регулирования. В то же время договоренности о франчайзинге были в национальном контексте предметом значительного числа законов и правил, особенно те, которые регулируют общие принципы договоров. Правовым инструментом было Руководство УНИДРУА [3] по Международные соглашения по генеральному франчайзингу 1988 г., которое создало импульс в современное национальное регулирование франчайзинга.

А. С. Райников отмечает: «В рамках российской правовой системы термины «договор коммерческой концессии» и «франчайзинг» являются синонимами [9, с. 78].

В России в настоящий момент отсутствует специальный закон о франчайзинге. Франчайзинговая деятельность регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации (глава 54 части II) [1]. Кроме того, могут применяться общие положения национального гражданского законодательства, особенно те, которые регулируют право заключения договоров и исполнения обязательств (часть I Гражданского кодекса Российской Федерации) и права интеллектуальной собственности (часть IV Гражданского кодекса Российской Федерации) к франчайзинговым операциям.

Глава 54 Гражданского кодекса Российской Федерации посвящена договору Договору коммерческой концессии франчайзинга в соответствии с законодательством РФ. Суть этих отношений фактически определена в пункте 2 статьи 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации. В нем определено, что договор коммерческой концессии (франчайзинга) предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта франчайзера в любой сфере предпринимательской деятельности.

В первом абзаце той же статьи дается определение договора как соглашения, по которому франчайзер (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне, называемой пользователем, право использовать в своей предпринимательской деятельности набор исключительных прав на различные объекты. Такими объектами могут быть, например, товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческое обозначение, коммерческая тайна (ноу-хау) и другие объекты, охрана которых предусмотрена нормами Гражданского законодательства Российской Федерации.

Здесь следует обратить внимание, что согласно абзацу первому статьи 1027 ГК РФ предметом договора франчайзинга является совокупность исключительных прав, а по смыслу пункта 2 статьи 1027 ГК РФ Российской Федерации, это может быть предполагается, что права на деловую репутацию и коммерческий опыт передаются по договору франчайзинга. Однако в соответствии с законодательством Российской Федерации деловая репутация и коммерческий опыт относятся к нематериальным товарам и не могут участвовать в гражданском обороте, то есть не могут быть переданы по какому-либо договору. При этом именно деловая репутация и коммерческий опыт, накопленные любым субъектом предпринимательской деятельности, являются важным элементом отношений, возникающих на основе договора франчайзинга. Хотя в законе это прямо не указано, предполагается, что в данном случае имеется деловая репутация обладателя исключительных прав, а также опыт, полученный им в результате использования соответствующего объекта исключительных прав. Многолетний положительный опыт использования товарного знака в любой сфере деятельности делает его узнаваемым брендом для соответствующих това-

ров или услуг. Человек, начинающий заниматься предпринимательской деятельностью, может воспользоваться своей репутацией и начать работать по договору франшизы, используя известные средства индивидуализации и коммерческий опыт организации бизнеса. Один из самых известных примеров такой работы, так называемый франчайзинг - это организация бизнеса сети McDonald's.

Согласно договора коммерческой концессии пользователь должен выплатить франчайзеру вознаграждение на условиях, установленных договором. Это могут быть выплаты в виде отчислений из выручки, фиксированных периодических платежей или в любой другой форме. Законодатель в этом отношении не ограничивает стороны; все регулируется договором. Договор можно заключить на определенный срок или без указания срока.

В договоре коммерческой концессии закон допускает указание определенной территории, на которой предоставляется использование исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта, то есть фактически эта территория определяет территорию предпринимательской деятельности пользователя. При этом в других сферах предпринимательской деятельности, не связанных с предметом договора франчайзинга, субъект хозяйствования не связан такими ограничениями.

В соответствии с пунктом 3 статьи 1071 сторонами договора коммерческой концессии могут быть любые субъекты хозяйствования: коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей. Очевидно, что стороной договора коммерческой концессии могут быть как иностранные граждане, так и юридические лица. При этом вопрос о так называемых самозанятых гражданах остается открытым. В случае, когда граждане осуществляют свою деятельность без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, но также пользуются особым налоговым режимом, они могут заключить договор франчайзинга.

Договор коммерческой концессии – важный инструмент регулирования предпринимательских отношений в форме франчайзинга; именно в соглашении определяются действительно важные условия, регулирующие взаимоотношения франчайзера и пользователя [13, с. 19]. На основе анализа содержания статей 1031 и 1032 Гражданского кодекса Российской Федерации, устанавливающих обязанности франчайзера и пользователя, ряд требований также вытекает из содержания договора коммерческой концессии. Таким образом, по договору франчайзинга франчайзер должен также передавать техническую и другую коммерческую документацию, а также предоставлять информацию, связанную с осуществлением прав и организацией соответствующего бизнеса, инструктировать и обучать пользователя и его сотрудников. Пользователь обязан осуществлять те же действия, что и франчайзер, и использовать средства индивидуализации способами, предусмотренными договором коммерческой концессии, в том числе для внутреннего и внешнего оформления помещений.

Важной обязанностью франчайзера является обеспечение качества товаров или услуг, предоставляемых пользователем, на том же уровне, что и добросовестность лица, предоставившего франшизу. Пользователь несет такую же ответственность. Он обязан не только соблюдать условия ведения бизнеса, определенные франчайзером, но и обеспечивать надлежащее качество товаров и услуг под контролем франчайзера.

В то же время франчайзер несет субсидиарную ответственность по претензиям о несоответствии качества товаров, работ или услуг, выполненных пользователем по договору франчайзинга. Франчайзер несет солидарную ответственность в отношении требований к пользователю как к производитель продукции (ст. 1034 ГК РФ).

Пользователь также обязан, если иное не предусмотрено договором, зарегистрировать предоставление исключительных прав в порядке, установленном действующим законодательством.

Пользователь должен соблюдать условия конфиденциальности и не разглашать переданную ему информацию о деятельности, осуществляемой по договору франшизы. Такая информация может включать, например, данные об организации деятельности, порядке использования средств индивидуализации и особенностях внутренней отделки помещений, ноу-хау [10, с. 48] и другие. Характер информации, представляющей коммерческую ценность, и условия ее использования должны быть особенно подробно описаны в соглашении, которое может быть представлено в суде в случае спора.

Соблюдение всех этих требований обеспечивается в результате согласования условий договора коммерческой концессии, а также установления мер ответственности сторон с целью обеспечения соблюдения условий заключенного договора.

В соответствии со статьей 1028 ГК РФ предусмотрена обязательная письменная форма договора коммерческой концессии. Несоблюдение этого требования влечет за собой недействительность договора. Предоставление исключительных прав должно быть зарегистрировано в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности в соответствии с требованиями лицензионных договоров.

В соответствии со статьей 1033 Гражданского кодекса Российской Федерации в договоре коммерческой концессии могут быть предусмотрены определенные ограничения прав франчайзера и пользователя, связанные с производством товаров или оказанием услуг по настоящему договору. Однако эти ограничения не должны противоречить антимонопольному законодательству РФ; в противном случае они могут быть признаны недействительными по требованию антимонопольного органа или иного заинтересованного лица в установленном законом порядке.

Для рассматриваемого договора характерной особенностью является его исключительность, выражающаяся в предоставлении пользователю права использования в своей предпринимательской деятельности комплек-

са исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, деловую репутацию и коммерческую деятельность, опыт, принадлежащий франчайзеру, при условии принятия ряд ограничений, ограничивающих возможности пользователя к самостоятельным соревновательным действиям.

Таким образом, пользователь обязуется действовать в рамках конкурентной стратегии франчайзера, действуя фактически «под именем» последнего в глазах потребителей при вводе соответствующих товаров, работ, услуг в гражданский оборот, что объясняет необходимость и допустимость таких ограничений, доводя их до уровня сути договора.

Исключительность наблюдается и в других договорных структурах, которые активно используются в сфере предпринимательства, выражаясь в установлении запрета на сотрудничество на аналогичных условиях с конкурентами франчайзера и самостоятельного осуществления аналогичной деятельности; ограничение срока действия договора и территории предпринимательской деятельности. Такие ограничения могут соблюдаться в договорах комиссии (п. 2 ст. 990 ГК РФ), агентских услугах (ст. 100 ГК РФ), лицензионном договоре (п. 2 п. 1, п. п. 1.1 статьи 1236 ГК РФ).

Прямое указание в законе о допустимости применения меры пресечения часто позволяет говорить о законодательном исключении из общего режима (Суворов, 2019), при отсутствии которого соглашение с условием исключительности противоречит российским правовым обычаям, поскольку ограничивает правоспособность и договорную свободу сторон [7,8].

Заключение договора коммерческой концессии на условиях эксклюзивности не может рассматриваться как отказ граждан и юридических лиц от реализации своих прав (что, по общему правилу, могло привести к их восстановлению в силу п. 2 ст. 9 п. 3 Статьи 22 и статьи 49 Гражданского кодекса Российской Федерации). Пользователь допускает определенные виды ограничений, руководствуясь не только явным указанием закона, но и исходя из собственных интересов. Франчайзер предоставляет пользователю возможность использовать в процессе осуществления предпринимательской деятельности набор созданных и продвигаемых прав, получивших признание и, следовательно, способных принести экономический эффект в размере, превышающем эффект независимого пользователя, действия.

Также не следует забывать, что пользователь действует добровольно и свободно, ограничивая себя только на определенный период и сохраняя возможность более раннего выхода из договорных отношений. Но эти причины, на наш взгляд, носят второстепенный характер для пользователя, вытекающие из законодательно закрепленной допустимости заключения договора с такими ограничениями.

Следовательно, исключительность в ряде соглашений необходима по их сути, а ее отсутствие приводит к фактической невозможности эффективного исполнения такого соглашения.

По нашему мнению, положение об исключительности должно применяться более широко в любых деловых соглашениях, но в соответствии с их сущностью.

Например, норма абзаца (а) пункта 4 статьи 13 Федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ № «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» устанавливает запрет, на установление контрагенту условий, запрещающих заключение оговоров поставки продовольственных товаров с другими субъектами хозяйствования, осуществляющими аналогичную деятельность [1].

Наложение условия эксклюзивности в отношении поставки товаров в розницу цепи позволили Ю.А. Суворова [12, с. 27] прийти к выводу, что «... заключение таких соглашений само по себе между указанными контрагентами не запрещено; запрещается только навязывание таких условий другой стороне», с чем нельзя согласиться. Здесь речь идет о не совсем удачной формулировке упомянутой нормы, а не о всеобщем разрешении. Что касается поставок товаров в розничные сети, условие эксклюзивности было бы выгодным для обеих сторон, и нет никаких существенных возражений против его применения, поскольку отношение в этом случае является предпринимательским, и суть отношений оправдывает такую логику.

В отличие от этого интересен опыт Евросоюза, когда он учитывает суть отношений при отсутствии угрозы конкуренции. Например, прямо разрешается устанавливать исключительное обязательство по поставке, если оно не оказывает значительного неблагоприятного воздействия на конкуренцию и не направлено на ущемление прав сторон по соглашению [3]. Однако этот подход применим к вертикальной соглашения, большинство из которых либо освобождены от антимонопольных запретов, либо могут быть иным образом оправданы экономическими и конкурентными соображениями.

Нормы статьи 1033 ГК РФ прямо предусматривают право сторон включать определенные ограничения в договор. Как указывается в научной литературе, заключение такого соглашения не означает автоматически применение таких ограничений [11].). Хотя такие ограничения рассматриваются как существенные, они не могут быть допущены и применяться к отношениям сторон при отсутствии их в тексте соглашения именно в силу диспозитивности пункта 1 пункта 1 статьи 1033 Гражданского кодекса. Кодекс Российской Федерации.

При этом следует отметить, что перечень возможных ограничений прав, указанный в статье 1033 Гражданского кодекса Российской Федерации, не является исчерпывающим. В пункте 1 пункта 1 настоящей статьи четко указано: «Договором коммерческой концессии могут быть предусмотрены ограничения прав сторон по настоящему договору; в частности, они могут быть предусмотрены ...» Следовательно, любое ограничение права не является исключением из общего режима правоспособности сторон договоренности, но следует из сути договора, предполагаемого характера

действий пользователя под видом франчайзера и установленных правил ведения бизнеса. Например, они могут не только обязать пользователя согласовывать с франчайзером расположение коммерческих помещений, их внешний и внутренний дизайн, но и определять конструктивные особенности самого здания, в котором осуществляется деятельность, запрещая его соприкосновение со строениями в которых продаются товары конкурентов.

Вышеизложенное также не отменяет необходимости введения ограничительных положений для соответствия требованиям антимонопольного законодательства с учетом состояния конкуренции на соответствующем товарном рынке и экономического положения сторон.

Таким образом, договор коммерческой концессии играет ключевую роль в организации предпринимательской деятельности в форме франчайзинга и является гибким регулятором этих отношений. При такой бизнес-модели предоставляется право использования не только совокупности исключительных прав, но и таких объектов, как деловая репутация или коммерческий опыт, которые по своей сути не могут быть предметом гражданско-правовых сделок. Отношения по их использованию регулируются только путем тщательно продуманных условий договора франчайзинга в каждом конкретном случае с учетом сложившейся практики в соответствующей сфере бизнеса.

Допускается ограничение прав сторон по договору франчайзинга (оговорка об исключительности), что следует не только из закона, но и из сути договора. Оговорка об исключительности должна применяться более широко в любых деловых соглашениях, но в соответствии с их сущностью.

Перечень возможных ограничений прав, указанный в статье 1033 ГК РФ, не является исчерпывающим и определяется сущностью договора, предполагаемым характером действий пользователя под видом франчайзера и установленными правилами деловой оборот.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федер. закон от 26.01.1996. N 14-ФЗ (в ред. от 09.03.2021) // Собрание законодательства РФ. 1996. N 5. Ст. 410; 2020. N 31 (ч. I). Ст. 5021.
2. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
3. Конвенция УНИДРУА по международным факторинговым операциям» (Заключена в г. Оттаве 28.05.1988)
4. ПОСТАНОВЛЕНИЕ КОМИССИИ (ЕС) № 2790/1999 от 22 декабря 1999 г. О применении статьи 81 (3) Договора к категориям вертикальных соглашений и согласованных действий // Официальный журнал Европейских сообществ. 29.12.1999 г. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31999R2790>. (режим доступа: 10.05.2021).
5. Багдасарян А.Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора франчайзинга: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. - Москва, - 257 с. (2008).

6. Вроцлавский обзор права, управления и экономики, 3 (1), 119-125 [Электронный источник]. URL: <https://cyberleninka.org/article/n/67088> 4 (режим доступа: 10.05.2021).
7. Дудин, Д. Контрагент запрещает заключение подобных договоров с третьими лицами. Когда такой запрет соответствует закону // Арбитражная практика. 2014. № 9, С. 57.
8. Кулаковский В.В. Антимонопольное регулирование договора коммерческой концессии // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2017. N 10. С. 95-102.
9. Райников А.С. Договор коммерческой концессии. М.: Статут, 2009. С. 78.
10. Ситдииков Р.Б. Правовая охрана ноу-хау в России. – М.: Статут, 2017. – 144 с
11. Сова, В. Соглашения об отчуждении исключительного права на интеллектуальную собственность: сегодня и завтра // Имущественные отношения в Российской Федерации, 2015. N 12. С. 9.
12. Суворов Ю.А. «Соглашения об эксклюзивности» в свете антимонопольного законодательства // Конкурентное право. 2019. N 1. С. 27 - 30.
13. Юрицин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: актуальные вопросы теории и правоприменительной практики. Итоги и перспективы правового регулирования. - «Юстицинформ», 2017 г. – 134 с.

ГРАЖДАНСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В РЕГУЛИРОВАНИИ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ: ПРОБЛЕМА ПОДМЕНЫ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВЫМ

О. Н. Савельев

PhD,
Начальник РСОиК-
заместитель директора по БРиК,
АО «ОКБ МЭЛ»,
г. Калуга, Россия

Summary. The article deals with the issues of civil legislation in the regulation of labor relations. The study is devoted to the problems of replacing an employment contract with a civil one. The differences between work under a civil contract and work under an employment contract are shown.

Keywords: civil law aspects of labor law; legal regulation of public relations; labor Economics, personnel management; labor law; civil law.

В настоящей статье исследуется проблема применения гражданского законодательства в регулировании трудовых и непосредственно связанных с ними отношений.

Рассмотрим отличие работы по гражданско-правовому договору от работы по трудовому договору. В общем случае, трудовой договор предусматривает выполнение работы лично работником, выплату заработной платы, подчинение работника правилам, установленным работодателем, социальное страхование и т.д., а по гражданско-правовому договору исполнитель может привлекать других лиц для работы, самостоятельно устанавливает

порядок ее выполнения, не подчиняется внутренним правилам заказчика, установленным для его работников.

Можно выделить следующие признаки, отличающие трудовой договор от договора гражданско-правового характера. Поскольку трудовой договор является основанием для возникновения трудовых отношений, признаки, отличающие его от гражданско-правового договора, следуют из определения таких отношений и основных принципов их правового регулирования.

Так, признаками трудового договора, в том числе о дистанционной работе, отличающими его от работы по договору гражданско-правового характера, являются (ст. 2, ч. 1 ст. 15, ч. 1 ст. 56, ст. 58, ч. 4 ст. 312.1, ст. 312.5 Трудового кодекса Российской Федерации, далее ТК РФ) [1]:

- личное выполнение работником трудовой функции (работы по должности в соответствии со штатным расписанием, профессии, специальности) или конкретного вида поручаемой работы;
- право работника на своевременную и в полном размере выплату справедливой заработной платы не ниже установленного МРОТ;
- подчинение работника правилам внутреннего трудового распорядка;
- право работника на справедливые условия труда, в том числе отвечающие требованиям безопасности и гигиены, право на отдых (включая ограничение рабочего времени, предоставление ежедневного отдыха, выходных и нерабочих праздничных дней, оплачиваемого ежегодного отпуска);
- обеспечение равенства возможностей работников без дискриминации на продвижение по работе с учетом производительности труда, квалификации и стажа работы по специальности, а также на подготовку и дополнительное профессиональное образование;
- право работников на объединение для защиты своих прав и интересов, в том числе в профессиональные союзы;
- обязательность возмещения вреда, причиненного работнику в связи с исполнением им трудовых обязанностей;
- право работника на разрешение индивидуальных и коллективных трудовых споров, а также право на забастовку;
- право работника на обязательное социальное страхование;
- договор может быть заключен на определенный срок только в установленных исключительных случаях, во всех остальных случаях заключается на неопределенный срок.

Отметим преимущества одного вида договора перед другим. Ряд условий трудового договора выгодно отличает его от гражданско-правовых договоров, предметом которых является выполнение работ (оказание услуг). Так, например, работник в отличие от подрядчика (исполнителя) не несет риска, связанного с осуществлением своего труда, подлежит обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности, материнства, от несчастных случаев на производстве и про-

фессиональных заболеваний, имеет право на все гарантии и компенсации, установленные трудовым законодательством, работодатель ограничен в возможности прекращения с ним трудового договора. Тем не менее некоторые преимущества имеет и выполнение работ (оказание услуг) по договору гражданско-правового характера. Например, подрядчик (исполнитель) сохраняет положение самостоятельного хозяйствующего субъекта, может привлечь к исполнению своих обязательств других лиц, может самостоятельно определять способы и время выполнения задания заказчика, не подчиняется локальным нормативным актам заказчика (Апелляционное определение Московского городского суда от 18.12.2019 по делу N 33-54521/2019) [6, с. 216].

Случаи переквалификации гражданско-правового договора в трудовой. Если суд установит, что договором гражданско-правового характера фактически регулируются трудовые отношения между работником и работодателем, к таким отношениям должны применяться положения трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права, то есть гражданско-правовой договор может быть переквалифицирован в трудовой договор (ч. 4 ст. 11, ст. 19.1 ТК РФ; п. 8 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 17.03.2004 № 2) [8].

В данном случае у исполнителя по гражданско-правовому договору меняется правовой статус – он признается работником, имеющим право на гарантии и компенсации, предусмотренные трудовым законодательством. Так, например, у работника возникает право на ежегодный оплачиваемый отпуск, на получение пособия по временной нетрудоспособности и т.д. (ст. 114, 183 ТК РФ) [1].

В заключение отметим, что ТК РФ прямо описывает сферу действия трудового права. Так, статья 11 ТК РФ непосредственно посвящена сфере действия трудового права. Данная статья подчеркивает, что во всех случаях, когда доказано, что гражданско-правовые договоры регулируют трудовые отношения, к ним должны применяться нормы трудового законодательства. Более того, Верховным Судом РФ в Определении от 14 ноября 2008 г. № 5-В08-84 указано, что регулирование трудовых отношений с помощью прямого или по аналогии закона применения норм гражданского законодательства противоречит статье 5 ТК РФ, не предусмотрено статьей 2 Гражданского кодекса Российской Федерации. Трудовое право имеет свой предмет и метод регулирования общественных отношений, отличные от предмета и метода гражданского права. Кроме того, ФНС России указала, что гражданско-правовые договоры между работодателями и самозанятыми гражданами в ряде случаев могут быть переквалифицированы в трудовые. Это касается случаев, когда организация или индивидуальный предприниматель, заключая с самозанятыми гражданами гражданско-правовые договоры, фактически нанимает их в качестве работников (Информация ФНС России).

К примеру, Верховный Суд РФ отметил, что целью договора подряда является не выполнение работы как таковой, а получение результата, который может быть передан заказчику. От трудового договора договор подряда отличается также предметом договора и тем, что подрядчик сохраняет положение самостоятельного хозяйствующего субъекта и работает на свой риск. По трудовому договору работник принимает на себя обязанность выполнять работу по определенной трудовой функции (специальности, квалификации, должности), включается в штат, подчиняется установленному режиму труда и работает под контролем и руководством работодателя (Определение Верховного Суда РФ от 22.04.2019 № 43-КГ19-2).

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N197-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Российская газета. 2001. N 256. 31 декабря.
2. Гражданское право. Ч. 1/Под ред. Ю. К. Толстого, А. П. Сергеева. М., 2004. С. 15–16.
3. Трудовое право России //Под ред. С. П. Маврина, Е. Б. Хохлова. М., 2007. С. 25.
4. Архипова О.А., Лузянин Т.Ю. О применении гражданского законодательства в регулировании трудовых отношений// Вестник Томского государственного университета. Право. Томск., 2016. № 4 (22). С. 107-119.
5. Ершов В.В., Ершова Е.А. Регулирование трудовых правоотношений в России// Вестник Томского государственного университета. Право. Томск., 2020. № 455. С. 216-222.
6. Манкиева А.В. Трудовые отношения в России: проблемы их правового регулирования// Вестник экспертного совета. 2020. № 4 (23). С. 94-99.
7. Электронный журнал «Азбука права», 16.04.2021. В чем отличие работы по гражданско-правовому договору от работы по трудовому договору? – Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 28.04.2021).



III. CULTURE AS THE SPHERE OF THE INNOVATION SPACE AND THEIR INTERPRETATION



L. VAN BEETHOVEN IN THE SPACE OF THE CINEMATOGRAPHER

A. A. Alekseeva

Student¹

*Institute of arts and art education
Vladimir State University
named after A. G. and N. G. Stoletov,
Institute of arts and art,
Vladimir, Russia*

Summary. The peculiarity of re-interpretation of musical works by example. How does music manifest itself at the moment when it becomes inextricably linked with the general artistic space.

Keywords: reinterpretation; symphony; Beethoven; cinema.

Music in cinema is most often considered not as a separate component, but rather as a part of the whole, which, although important, can not be dominant. On this basis, there is a fusion of different languages of art, which, when combined, create a complete work of art.

The object of research is the artistic whole in the form of cinema and the process of re-interpretation of a musical work in it. Subject of the research: Features of re-interpretation of Beethoven's musical work The Ninth Symphony in the film «Nostalgia» by Tarkovsky. The purpose of the work: To identify what new features music acquires when it is used in cinema.

Tasks:

1. Evaluate how the piece of music is embedded in the storyline.
2. Learn more about the history of the work to understand the context of its use.
3. Describe how important an aspect of cinema can be music.

Music in the cinema can take on a new life. It has a history of origin and existence before being introduced into artistic composition. Researchers should definitely look at how music affects the work of a director, and also require consideration of how and why it became public knowledge before that.

We will focus on the music of L. Van Beethoven, namely on the Ninth Symphony. She became an integral part of many films, and such masters as Andrei Tarkovsky and Stanley Kubrick turned to her. You can refer to the work of

¹ Scientific adviser – A. V. Danilova, Candidate of philosophical Sciences, Vladimir State University named after A. G. and N. G. Stoletovs, Institute of Arts and Art Education.

Alessandro Barikko, the Italian director who used the symphony in the debut feature film «Lecture 21».

It is worth noting at once that it is characteristic of any work of art that it should be perceived not only by the creator, but also by the person to whom it is presented. This means that it is impossible to lay down a single meaning that will be understood and understood by all. They will create their own interpretations. For research, it is important not to start from this approach, and to explore the works in their unity of thought as the creator and performer.

To reveal the theme of the phenomenon of re-interpretation, we must turn to certain scenes where the Ninth Symphony is played. We will analyze a fragment in one of the scenes of Tarkovsky's film «Nostalgia», namely Domenico's Sermon on the Mount. A man who burns in the square to the music of Beethoven for all his previous actions. Gorchakov, on the other hand, goes crazy in his own way, moving with a burning candle in his hand from one side of the pool to the other. These two actions can be considered both identical to each other, and fundamentally different. We will proceed from the point of view that Domenico's self – immolation is an act of publicity, which is deliberately demonstrative, while Andrey Gorchakov's actions are self – sacrifice, which does not require publicity.

Domenico sees in his act his identification with the Messiah. He commits a sacrificial self-immolation, which should lead all people to freedom. But here you can trace the exorbitant pride, as well as the madness of the hero. It is not for nothing that Beethoven's Ninth Symphony plays in this fragment.

Domenico in this film is a kind of Alter ego of Andrey Gorchakov – the main character of the picture. And in this context, it is necessary to refer to the melody «Ode to Joy». In the center of this fragment, you can often find various speech phrases in the form of «paradise spirit», «Bright Temple» and so on.

It should be said at once that even referring only to the examples presented, immediately gives an understanding of the direct parallel with the text of Holy Scripture. The German composer seems to have deliberately created it in this way. Some researchers argue that rather than joy, freedom is sung in the finale of the ninth symphony. This is a kind of acquisition of freedom, which ultimately gets a person. This means that Domenico is fully confident that he is fulfilling a sacred mission, that he is a righteous person.

«Ode to Joy» became an anthem in the Council of Europe in 1972, and then received support from the heads of the European Community. At the same time, Schiller's text was removed from it, but this still did not become an obstacle to realizing the true message of this musical work. The anthem indicates that Europe must become the ideal of freedom.

We can say that Domenico goes to the sounds of Beethoven's creation not just to death, but rather he sings this very hymn of freedom. Even if you look at the formula that is printed on the wall of the abandoned house of Domenico, there you can see a certain formula $1+1=1$. It means the unity of people. This can be interpreted in different ways. That is, the surrounding people can become

one if they go to the light together. But it is worth diving into what the director himself thinks about it. He mentions and compares everything to a choir, where the voice of one can know nothing, and therefore that very freedom is lost.

Did Domenico find freedom under the music of Beethoven? It is quite difficult to say this, because the idea that even self-immolation will not allow him to unite other people is clearly evident. This fact may remain just a part of history, but it will not affect society and its foundations in any way.

Summing up all of the above, we can make a direct conclusion that the experience of re-integration, which is carried out on the example of the cinematic work of A. Tarkovsky «Nostalgia», allows you to gain new experience and artistic meanings. At the same time, at the moment, L. Van Beethoven's Ninth Symphony is currently in a state of phantom, and its fame is supported solely by the fact that it was created as a classical work. But it is worth saying that when re-interpreted, the work of an outstanding master begins to sound in a new way.

It is also important to note that the experience of re-interpretation allows us to look at cinema in a completely different way. Music can play an important role in it. It serves to enhance the impression of what is happening on the screen to no less extent than the image. It allows the viewer to learn new, hidden meanings that were laid down by the authors.

Thus, it is necessary to consider Beethoven's work not in isolation from the cinema, but in its integrity with it. In the same way, you can see new meanings in other musical works of the classics, which in our time can be unjustifiably forgotten.

Bibliography

1. Wagner R. Pilgrimage to Beethoven // Richard Wagner. Selected works / comp. I. A. Barsova and S. A. Osheroва. M.: Iskusstvo, 1978. pp. 85-106.
2. Turovskaya M. I. 7 ½ or the films of Andrei Tarkovsky. M.: Iskusstvo, 1991. 253 p.
3. Salvestroni S. The films of Andrei Tarkovsky and Russian spiritual culture / per. s ital. T. Shishkova. M.: Bibleisko-bogoslovskiy in-t Sv. St. Andrew's Apostle, 2007. 237 p.

MUSIC IN CREATING MEDIATEXT OF ADVERTISING

E. V. Zvonova

*Candidate of pedagogical sciences,
associate professor,
student,*

A. S. Fedorova

*Moscow Pedagogical State University,
Moscow, Russia*

Summary. The media text of an advertisement is a complex communicative message created using syncretic language. Music is a strong part of the media text of advertising. The survey reveals a wide variety of respondents' opinions about music in advertising.

Keywords: media text; advertising; music; semiotics.

The term media text has been actively used since the 90s of the twentieth century [1]. Media text is used in two ways. First, it is the text in the media. Secondly, media text is a multi-layered and non-uniform text. Media text is focused on complex relationships with the surrounding cultural context and with readers. Mediatex is both a «generator of new meanings and a capacitor of cultural memory» [3, c. 102]. The essence of the media text as a product of mass information activity and mass communication lies in the use of syncretic language. The main characteristics of a media text are logical completeness of statements, pragmatic attitude and communicative intention [4, c. 56].

Media text is a model of a situation or event, depicted through the prism of the individual perception of the author. This is a special type of media reality, which is characterized by a special symbolic space with a special value system of landmarks and coordinates [5, c. 47].

Advertising media texts have a high level of effectiveness. The concept of effectiveness is used in three meanings: as a way of clarity; as an indicator of the degree of achievement of the set goal; as a means of influence.

Music is a powerful tool for influencing human consciousness, therefore it is widely used in all types of advertising activities. Music is an important part of advertising media text. It enhances emotional impact, promotes memorization and has suggestive power.

Much little attention has been paid to the use of music in advertising. However, poorly selected music can negate the expected effect of advertising. Recently, however, music in political advertising has attracted the attention of researchers-psychologists [6].

Music can be used as a trademark, a distinctive mark of a brand. The leader in the use of music in advertising is the Coca-Cola company.

Small budgets are cited by many experts as the main barrier to effective use of music in advertising. However, music and sound effects are used in advertising to improve the perception and memory of the product. They can influence the mood and behavior of people when buying, thereby stimulating sales growth.

Music «turns on» emotions, creates the mood of the advertising message, helps to remember the TV screensaver, and arouses sympathy for the product. Skillfully selected words of the text, comfortable background music, pleasant timbre of the presenter's voice are the main components of the effectiveness of the media text of advertising.

The conducted empirical research was devoted to the study of the influence of music in advertising on respondents. 94 senior university students took part. The study was conducted from January 15, 2020 to March 22, 2020. The results are shown in Table 1.

Table 1

Results of the study of assessing the role of music in advertising media texts

№	Question	Respondents' answers
1	Does music help you remember ads?	80 % – remembered 20 % is not remembered
2	What attracts you more in advertising: music, image, color, story?	Music – 90 % Image – 50 % Colors – 50 % Story – 90 %
3	What kind of music is suitable for advertising sneakers: fast, danceable, light classical, rock compositions?	Fast – 25 % Dance – 25 % Popular classic – 25 % Rock compositions – 25 %
4	What kind of music is suitable for advertising lingerie: fast, danceable, light classical, rock compositions?	Fast – 25 % Dance – 25 % Popular classic – 25 % Rock compositions – 25 %
5	What kind of music is suitable for advertising cars: fast, danceable, light classical, rock compositions?	Fast – 25 % Dance – 25 % Popular classic – 25 % Rock compositions – 25 %

An analysis of the results obtained shows that there is a very large spread of the answers received. To continue the research, it is necessary to select a specific stimulus material. The purpose of further research is to study the semantic content of the respondents' choice.

Bibliography

1. Bell D. Social framework of the information society // New technocratic wave in the West. Moscow: Progress, 2016. pp. 331–354. [in Rus]
2. Lotman, Yu. M. About art: The structure of a literary text. Semiotics of cinema and problems of cinema aesthetics. Articles. Notes. Performances (1962-1993). - SPb. : Art-SPB, 1998. [in Rus]
3. Musician, VL Advertising in action: history, audience, techniques. - M. : Eksmo education, 2017. [in Rus]
4. Nayser W. Cognition and reality. Moscow: 2015. [in Rus]

5. Psychological dictionary / ed. V.P. Zinchenko, B.G. Meshcheryakov. - М.: Astrel: AST: Transitkniga, 2016. [in Rus]
6. Vlasov A.D. Political advertising as a tool for shaping the political preferences of youth / Vlasov A.D., Zvonova E.V. //Социосфера. 2020. № 2. С. 162-164.

ТВОРЧЕСТВО ХУДОЖНИКОВ «ГРУППЫ D» ТУРЦИИ

Ф. С. Юзкеч

*Докторант,
Азербайджанской государственной
академии художеств,
г. Баку, Азербайджан*

Summary. The article tells about the organization the group “D” of the artists, force in 1930 in Turkey. It is noted that this group was created by famous Turkish artist Abdin Nino and his friends Nurullah Berk, Jamal Tolu, Zeki Faik Izer, Elif Naci and sculptor Zuhti Myuritogly. Author in research concludes that these artists for ignoring impressionistic, tried to create a synthesis of some of the traditional elements of Turkish art and new ideas of artistic movements in Europe.

Keywords: Turkish; modern; picture; painting; image; group «D».

В связи с решительным проникновением в искусство импрессионизма, а затем распространением и других систем изображения, называемых «Парижской школой», в первом десятилетии XX столетия позиции академизма пошатнулись. Под их влиянием появляются художественные объединения, провинциальные варианты основных течений западноевропейского модернизма.

Вместе с тем также усиливаются реалистические тенденции, впитавшие в себя идеи антиимпериалистического национального движения, в результате приведшие к появлению Турецкой Республики. Творчество ведущих мастеров начинает выражать гражданскую актуальность, активно используются прогрессивные достижения мира, опыт художников Советского Союза. Характерную особенность турецкого искусства этого периода составлял интерес к национальному художественному наследию.

Это более наглядно проявилось в раннем периоде деятельности художников, называвших себя «группой D». Организованная в 1930-ые годы Зеки Фаиком Изером, Нуруллой Берком, Элифом Наджи, Кемалем Толлу, Абидином Дина и скульптором Зюхтю Мюридоглу группа проявляет равнодушие к импрессионистским тенденциям и стремится достичь синтеза определенных элементов традиционного тюркского искусства и идей новых художественных движений в Европе.

Они стремились усвоить различные традиции искусства страны, сделать их достоянием современного творческого опыта. Художники-живописцы Нурулла Берк, Тургут Заим, Кемаль Толлу и др. обратились к обширной области изобразительных источников – начиная от древнехетт-

ских рельефов и миниатюр Османской Турции XVI–XVII веков до оставшихся до сего дня лубочных картин. Желание изучить стилистические особенности национального искусства, самобытным художественным языком говорить об окружающем мире, на фоне активизации художников, принадлежащих к различным модернистским течениям, выглядит более значимым.

В один из сентябрьских дней 1933 года художник Абидин Дино вместе с друзьями Нуруллой Берком, Кемалем Толлу, Зеки Фаиком Изером, Элифом Наджи и скульптором Зюхтю Мюридоглу организовал у себя дома творческую группу под названием «группа D». До того дня в истории турецкого изобразительного искусства действовали 3 группы – Общество османских художников, Объединение «Санаи Нафиса» и Объединение независимых художников и скульпторов. А созданная ими группа приняла как название – четвертую букву латинского алфавита. Мечтой группы было распространение этого искусства, пробуждение народа от спячки, разъяснение народу сущности искусства, его прошлого, будущего. Их желания были большими: откроются выставки, будут проводиться конференции, в статьях, написанных в газетах, журналах, проснется ИСКУССТВО, впавшее в зимнюю спячку. Несмотря на то, что у группы не было единого понятия живописи, они осознанно следовали за современностью Запада. Так же осознанно нарисованными картинами открыли много выставок.

Фикрет Адиль повествует о том, как в сентябре 1933 года на пятом этаже здания Явуз в Джахангире в доме художника Зеки Фаика Изера собрались пять художников и один скульптор и организовали общество искусства и назвали его «группой D». Причина названия группы – «группой D», в которую кроме Зеки Фаика Изера входили Нуруллах Берк, Элиф Наджи, Кемаль Толлу, Абидин Дино и скульптор Зюхтю Мюридоглу, заключалась в выборе латинской буквы D в связи с тем, что группа стала четвертым обществом, образованным после Общества османских художников, Объединения Санаи Нафиса и Объединения независимых художников и скульпторов. Согласно им, понятие живописи и скульптуры в Турции демонстрировало самое малое пятидесятилетнее отставание, и отвергавшая импрессионистское течение группа, выступая с позиций кубизма и конструктивизма, брала за принцип художественное понятие, обусловленное здоровым фундаментом узора и построения. Таким образом, открыла свою первую выставку, состоящую лишь из узоров, 3 октября 1933 года в шляпном магазине в Бейоглу. После этой первой выставки, открытой пятью мастерами, в 1934 году Тургут Заим и Бадри Рахми Эюбоглу, в 1935 году на седьмой выставке группы «D» Халил Дикмен, Ашраф Юрен, Эрен Эюбоглу, Ариф Каптан и Салех Ураллы, а на девятой выставке в 1941 году Хаггы Анлы, Сабри Беркел, Фахрунниса Зеид и скульптор Нусрет Шаман также присоединились к группе, и таким образом, число мастеров в группе достигло шестнадцати. «Группа D» в числе мастеров, получивших образование в личных мастерских таких художников как Андре Лот, Фернан Леже, Марсель Громер, выделяющихся кубистским

направлением в Париже, укрепивших технику рисования структурными основами, по сравнению с движением независимых была в отличающейся большей интеллектуальностью тенденции, проявила большую по сравнению с ними солидарность. По этой причине просуществовала дольше, чем независимые, выставки внутри страны и за ее пределами.

До шестнадцатой выставки в 1951 году группа сохраняла свои особенности. В период, когда влияние «независимых», имеющих особое значение в турецком искусстве, все еще продолжалось, изменением цвета в палитре и в технике, инновативное понимание укрепило свое существование благодаря «группе D». И усвоение лозунга «Живущее искусство», выбранное в последующие периоды в качестве названия журналу Нуруллахом Берком, взявшим на себя вместе с Фикретом Адилем представительство группы, ясно дает понять, в какой степени группа избрала себе принципом идею искусства, обладающую новой тенденцией и пониманием.

Являющийся одним из значимых турецких имен Зеки Фаик Изер занимает место среди мастеров первого поколения Республики. Как и другие коллеги этого поколения, сыграл роль в формировании понятия искусства, развивающегося параллельно с идеалом модернизации Республики, и представлял новую творческую идею. Зеки Фаик родился в 1905 году в Стамбуле. Он начал с юных лет рисовать рисунки в атмосфере испытывающей интерес к искусству семьи, еще в начальных классах получил уроки рисования у своего учителя Агах Агы. Связи с рисованием продолжались и в последующие годы:

«Принадлежностям масляных красок в 1922 году его научил Кичик Кемаль. И какое-то время критиковал его рисунки. В эти рекомендации и критику входило множество вещей от самых начальных знаний до того, как держать кисть» [1, с. 31].

Этот интерес к рисованию, формировавшийся с детского периода, после окончания среднего образования в Султани Вефа, создал почву для поступления в 1923 году школе Санаи Нафиса. В галерее стал учеником сначала Хикмета Онета, и затем другого известного мастера своего поколения Ибрагима Чаллы. Чаллы, являясь сильным мастером, был учителем, оставляющим глубокое влияние на учеников действиями и открытой к новшествам личностью. Изер впоследствии так оценит своего учителя: «Чаллы хороший учитель. Обладал мягким стилем обучения, предоставляющим ученика своей натуре. Учил всему, чему можно было научиться в Турции того времени» [1, с. 32].

Однако обучение в настоящем смысле слова для Зеки Фаика состоится в 1928-1932 годах в Париже, совершенно другом мире, преодолевшем ограниченный опыт и возможности турецких условий, куда он поехал стипендиантом. Кроме горизонтов, открытых общей атмосферой искусства Парижа, музеев, выставок и изданий искусства, здесь он обучался в мастерской у таких выдающихся мастеров, как Андре Лот и Отон Фриез. Однако влияние на него Лота более явное: «Лот каждый год обновлял свое обуче-

ние. Устоявшего обучения у него не было. Не начинал обучения с А.В.С., как другие парижские школы. Анализировал направления, сильных мастера, течения Парижа в своей эстетике. Это опиралось на эстетическое возрождение. Наряду с этим, останавливался и на примитивистах, и на современниках. Это обучение Лота строилось днем на эстетике и немного технике определенных мастеров. И после полудня ходил по музеям с Халилом Дикменом, или же создавал копии полотен великих мастеров» [5, с. 38].

Вернувшийся в 1932 году в Турцию после трех лет проведенных в Париже, самом важном центре искусства того времени, Изер был назначен на какое-то время учителем рисования Анкаринской школы Гази Муаллим и Институт воспитания. В этот период хотел устраивать выставки и делиться своим искусством с обществом, так же, как и он сам, закончив свое образование за рубежом, вернувшиеся многие коллеги. С этими мыслями мастер в своей квартире, расположенной на пятом этаже здания Явуз в Джахангире Стамбула, рука об руку с пятью друзьями-художниками искал пути решения в искусстве и таким образом заложил основы «группы D»: «В то время раз в год устраивались выставка Турецкого общества художников. Мы захотели устроить выставки, отличающиеся от выставок наших руководителей. Наше европейское образование, увиденное нами, полученные идеи раскрыли новые горизонты. Хотели часто устраивать выставки. Жюри не должно было быть. Каждый рисовал картину согласно своему пониманию, желанию. Элиф Наджи вообще не был в Европе, но участвовал с нами, поскольку доверял нам» [4, с. 34].

Таким образом, основы «группы D», организованной Зеки Фаиком Изером, Элифом Наджи, Абидином Дино, Кемалем Толлу и скульптором Зюхтю Мюридоглу, были заложены на собраниях дома у Изера. Это объединение мастеров, все еще обсуждаемое с официальной турецкой точки зрения, 8 октября 1933 года в пустом магазине Бейоглу Стамбула провело свою первую выставку узоров, которые почитали азбукой живописи. Вместе с тем, и государство, ожидающее от художников формирования культурной идентичности Турции, тоже приступило к организации выставок, и в 1933 году, на десятом году первой Республики, приступило к проведению первой Революционной выставки. На десятый год Республики с одной стороны с идеей выставки выступают молодые мастера при формировании «группы D», с другой стороны, государство выдвигает идею о Революционной выставке.

Зеки Фаик Изер, продолжая свою работу в этом процессе и в «группе D», взял курс на написание работы, выражающей принципы и революции Республики для Революционной выставки.

Подготовленная в 1933 году для Революционной выставки работа «На пути революции» является адаптированной в отличающейся манере к местной тематике формой произведения Делакура «Свобода, ведущая народ». В этом контексте картина выражает изложение новыми стилистическими критериями полученной темы в плоскости ожиданий государства.

В противовес этому данное произведение отображает напряжение, созданной трудностью, с которой остался лицом к лицу художник в силу важности подчинения содержанию Революционной выставки. Сам Изер, оценивая свое произведение, останавливается на этом напряжении: «Я вдохновился Делакруа. На самом деле эту идею мне предоставил Али Хади (Бара). «Повезло! сказали. Хотя, наше положение открыто. Наша техническая сила выразит одну сцену революции» [3, с. 157].

В 1934–1936 годах Изер во второй раз был в Париже. Здесь, и продолжил работу, делая копии произведений прежних мастеров, и нашел возможность наблюдать развитие нового искусства. В этом процессе бежавший из нацистской Германии и прибывший в Турцию Леопольд Леви возглавлял факультет живописи в Академии. Среди новых кадров Академии художники «группы D» стали занимать основное место. И Зеки Фаик Изер при возвращении преподавал в Академии фото и афишу. Присоединившийся к открытой «группой D» в 1939 году в салонах Академии выставке Изер в тот год в рамках применения акции художников-передвижников, проводимых партией, посредством домов хал, отправился в Эскишехер. Во время Второй мировой войны, как многочисленные артисты своего поколения, во второй раз пошел в армию. В тяжелом положении военных лет самым важным мероприятием творческой среды была проведенная впервые в 1939 году Государственная выставка живописи и скульптуры. Изер, в 1942 году на четвертой выставке завоевал награду за первое место. В 1945 году после завершения войны присоединился к процессу воодушевления в общественной жизни во всем мире и в случае неучастия в войне и в Турции. В этих условиях мастера желают устраивать выставки и индивидуальные мероприятия. Мастерская художника по керамике Исмаил Хаггы Ойгара в пассаже Карлман Бейоглы в целях осуществления этих желаний творческих товарищей превращается в галерею искусства. Здесь в марте 1945 года открылась двенадцатая выставка «группы D» и Зеки Фаик Изер присоединился к этой выставке. В конце того же года, в ноябре 1945 года, провел в этой галерее свою первую персональную выставку. Для человека искусства первая персональная выставка, даже в пору зрелости, требует очень значительного опыта. Надпись приглашения, изготовленного по случаю выставки, подготовил знаменитый литературовед Ахмед Хамди Танпынар. Танпынар, его понятие искусство, в другой статье, объясняет следующим образом: «Например, Зеки Фаик также критикует сам себя; но перед природой, которой изумлен. «У моря такая красивая голубизна... Никак не смог подобрать» [6, с. 437].

В 1948–1952 годах исполнявший обязанности директора Академии искусств художник в 1946 году был назначен комиссаром на Международной выставке современного искусства ЮНЕСКО, а в 1951 году ему была дана должность в структуре Института музея турецкого искусства. Среди всех этих официальных должностей продолжал обновлять свое искусство, творить и устраивать выставки.

В 1948 году в посольстве Франции в Стамбуле открыл вторую персональную выставку. Эта выставка, вместе с тем, в качестве его понятия искусства, выражает его отход от «группы D»: «Выставкой 1948 года я отошел от «группы D» и лично, и идейно» [4, с. 35].

Этот процесс является периодом некоего поиска и обновления в его творчестве. По различным причинам, будучи за рубежом, преследует процессы в западном искусстве. Наряду с 1950-ми годами, в турецкой живописи формируется интерес к распространившемуся на Западе абстрактному искусству. И Зеки Фаик Изер, спустя какое-то время, заинтересуется абстрактными формами выражения: «Зеки Фаик Изер к абстрактной живописи приступил поздно. Поскольку не рисует картины, отслеживая направления искусства, давал соответствующие своему строению.

Начало рисования абстрактных картин, не было, как у многих наших художников, в форме осознания своего нахождения в безвыходной ситуации, мгновенно там же оставив, киданием в спасительные объятия абстракции» [1, с. 33].

Изер, в 1950-ые годы создававший произведения, основывающиеся на абстрагизацию фигур, в 60-ые годы устремился на некое нефигуративное понятие, опирающееся на абстракцию в лирической манере. Эти картины представляют собой колористические произведения, вышедшие на первый план ценностью линий и пятен, узнаваемые ударами движущейся, динамической кистью. Изер был мастером, любящим использовать и исследовать всевозможные технические и материальные возможности рисования. Создавал произведения также на фреске и настенных коврах. Зеки Фаик Изер, получивший в 1983 году по случаю столетия создания Академии награду Османа Хамди Онура, будучи передовым художником и мастерской личностью турецкой живописи, оставил идущим после себя поколениям важные дары для созидания.

Bibliography

1. ALDAN, Özdəmir; «Zəki Faiq İzer», Akademiya, S.5, s. 31-36.
2. DAL, E; «Zəki Faiq İzer», Eczaçıbaşı Sənət Ensiklopediyası, C.2, İstanbul, 1997, s. 899 6.
3. ELİBAL, Gültəkin; Atatürk və Rəsm Heykəl, Türkiyə İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1973.
4. NİRVEN, Nur; «Zəki Faiq İzer Ənənəvidən Mücərrədə Bir Sənət Macərası», Türkiyədə Sənət, Mayıs/ Avqust 1992, S.4, s. 34-37.
5. TANALTAY, Doktor E; İncəsənət Ustaları ilə Bir Gün, Sənət Ətrafı Mədəniyyət və İncəsənət Yayınları, İstanbul, 1989.
6. TANPINAR, A.H; Yaşadığım Kimi, Dərgah Yayınları, İstanbul, Oktyabr 1996
7. ÖZSEZGİN, Qaya; Türk Plastik Sənətçiləri, YKY, İstanbul, Dekabr 1994
8. ÖZSEZGİN, Qaya; Cümhuriyyətin 75-ci İldə Türk Resmi, Türkiyə İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1998.



IV. VALUE OF PRAGMATIC, SPIRITUAL AND NATURAL, AND THE RESULTS IN TERMS OF TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS



ИСТОРИЯ И ЛОГИКА ЕВГЕНИКИ

В. Г. Бегиев
О. В. Бегиев
А. А. Засимова

*Доктор медицинских наук, профессор,
клинический психолог,
студентка,
Север Восточный федеральный
университет им. М. К. Аммосова.
г. Якутск,
Республика Саха (Якутия), Россия*

Summary. Eugenics is the doctrine of selection in relation to a person, as well as ways to improve his hereditary properties. The doctrine was called upon to combat the phenomena of degeneration in the human gene pool.

This doctrine in its modern understanding originated in England, its leader was Francis Galton. It was he who coined the term «eugenics». Galton intended to make eugenics, which, in his opinion, affirmed the right of the Anglo-Saxon race to world domination, «part of the national consciousness, like a new religion.»

Keywords: eugenics; Francis Galton; hereditary diseases; ethical and moral status.

Френсис Евгеника предложил изучать явления, которые могут улучшить наследственные качества будущих поколений. Первые эскизы теории были представлены им в 1865 году в статье «Наследственный талант и характер» [1], более детально разработаны в книге «Наследование таланта» 1869 г. [2]

В 1883 году Гальтон ввёл понятие евгеники для обозначения научной и практической деятельности по выведению улучшенных сортов культурных растений и пород домашних животных, а также по охране и улучшению наследственности человека.

Евгеника была широко популярна в первые десятилетия XX века, но впоследствии стала ассоциироваться с нацистской Германией, отчего её репутация значительно пострадала. В послевоенный период евгеника попала в один ряд с нацистскими преступлениями, такими как расовая гигиена, эксперименты нацистов над людьми и уничтожение «нежелательных» социальных групп. Однако к концу XX века развитие генетики и репродуктивных технологий снова подняли вопрос о значении евгеники и её этическом и моральном статусе в современную эпоху.

В современной науке многие проблемы евгеники, особенно борьба с наследственными заболеваниями, решаются в рамках генетики человека.

Евгенические теории получили широкое распространение в научных кругах разных стран, а в некоторых странах – евгеника утвердилась и на государственном уровне: и их правительства стали применять её для «улучшения человеческих качеств». Там те, кто признаны вредными для общества (бродяги, алкоголики, «половые извращенцы»), подлежат обязательной стерилизации. Подобные же программы осуществлялись в 1920–1950 гг. и в ряде штатов США.

Евгеника призвана разрабатывать методы социального контроля, которые «могут исправить или улучшить расовые качества будущих поколений, как физические, так и интеллектуальные». По мнению сторонников евгеники, общество за счет развития медицины, социальной поддержки инвалидов и других «искусственных» мер улучшения качества жизни ослабило действие естественного отбора, в результате чего возникла опасность расового вырождения. «Субнормальные» индивиды, участвуя в размножении, «засоряют» так называемый «генофонд нации» недоброкачественными генами.

Евгенические методы направлены на то, чтобы остановить генетическое вырождение населения.

Различают «негативную» и «позитивную» евгенику.

Негативная евгеника должна приостановить передачу по наследству «субнормальных» генов. Исторически излюбленным объектом негативной евгеники являлись алкоголики, психиатрические больные, наркоманы, сифилитики, уголовники, «половые извращенцы» и т. д.

Первый закон о принудительной стерилизации был принят в США в штате Индиана в 1907 год [4]. Он разрешал ее на генетическом основании. Подобные законы потом были приняты еще почти в тридцати штатах. Всего до Второй мировой войны в США было зарегистрировано около 50 тыс. случаев принудительной стерилизации.

Идеи евгеники оказали очень существенное влияние на формирование фашистской расовой теории. Нацистскими специалистами в области евгеники было введено понятие «генетическое здоровье нации», был принят «Закон о защите потомства от генетических заболеваний» [4], применение которого привело к более чем 350 тыс. случаев насильственной стерилизации. Генетическое консультирование в нацистской Германии было обязательным условием для получения разрешения на вступление в брак.

Позитивная евгеника ставит своей задачей обеспечить преимущества (например финансовые) для воспроизводства наиболее физически или интеллектуально одаренных. В последние годы евгеника как форма государственной политики получила развитие в Сингапуре. С 1982 года в этой стране действует особая программа, стимулирующая плодовитость образованных женщин и ограничивающая ее среди необразованных [5]. Евгеника как составная часть генетики человека активно развивалась в нашей стране до начала 30-х годов [6] Филипченко Ю. А. Однако в СССР евгеника нико-

гда не была частью государственной политики. В конце 20-х годов евгеника под запретом.

В настоящее время идеология евгеники рассматривается в работах Глэд Джона, Хан Ю. В. [7, 8].

Таким образом, улучшение здоровья населения, в том числе и путем снижения концентрации генов, детерминирующих развитие тяжелой патологии, можно считать морально оправданной целью здравоохранения. Неприемлемы с моральной точки зрения насильственные средства для реализации подобных целей, что имело место в практике американских и немецких евгеников в первой половине XX века.

Общими этическими нормами в области генетики можно назвать следующие:

- 1) медико-генетическая помощь должна быть правом каждого человека и соответствующим образом должна быть гарантирована государством;
- 2) необходимо обеспечение конфиденциальности генетической информации, свободы личного выбора граждан, защиты лиц с ограниченной дееспособностью;
- 3) запрет на использование генетической информации в качестве основания для расовой, этнической, экономической, политической или иной дискриминации граждан.

Библиографический список

1. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона (1890–1907).
2. Глэд Джон, «Будущая эволюция человека – Евгеника XXI века», «Издательство Захарова», 2005.
3. Хан Ю. В., «Евгенический проект: «pro» и «contra»», 2003.
4. Люблинский П. И., «Евгенические тенденции и новейшее законодательство о детях» // Русский евгенический журнал. Вып. 1. 1925.
5. Филипченко Ю. А. Пути улучшения человеческого рода. Евгеника, 1924.



V. THE FORMS, TOOLS AND TECHNIQUES OF INFORMATION, LEGAL AND PSYCHOLOGICAL SUPPORT INNOVATIVE PROCESSES



ИНОВАТИВНИ ФОРМИ И ТЕХНИКИ В УПРАВЛЕНИЕТО

Д. Ал. Алексиева

Е. Ш. Йорданова

*Доктор
Администрация и управление,
Главны ассистант,
доктор
Администрация и управление,
Главны ассистант,
СА „Д. А. Ценов“²
гр. Свищов, България*

Summary. Changing the human behaviour is a gradual process because behavioural change is the most difficult and slow to achieve, and the outcome is expected in the long run. The article reviews the various behaviour management approaches and techniques in terms of their functionality and rationality, focusing primarily on the importance of communication, interests, behaviour, decisions, and relationships in the management process for the enhancement of its efficiency. The success of that process depends on the degree of adaptation of the underlying ideas, goals and managerial approaches to the ever-changing internal and external business environment.

Key words: interests, behaviour, organization.

A 13; M 12

1. Лични интереси в груповото поведение

Личните интереси се формират, развиват и проявяват през цялото съзнателно съществуване на субекта. Те са резултат от семейно възпитание, приятелски кръг, степен и област на образование, професионална насоченост. Може да се приеме, че личните интереси са проявление на ценности, които субекта приема за важни и значими.

Това са основен вид интереси за активност на субектите, отхвърлянето им в организацията означава отричане на естествените субективни потребности и човешка природа. По своя вид личните интереси могат да бъдат материални и/или нематериални, насочени към удовлетворяване на основни, индивидуални потребности. На база личните интереси субекта прави разумен избор на поведение и се ориентира към

²² Алексиева, Д. т.1., Йорданова, Е. резюме, т.2, заключение

една или друга дейност. От своя страна те са в основа за възникване, упражняване и удовлетворяване на субективни права.

Личните интереси на отделните субекти са предпоставка и основание за взаимно зачитане, уважение и толерантност. Този вид интереси не трябва да се разглеждат отделно от груповите и организационните интереси, а като част от тях. Личните интереси не трябва да се отъждествяват с т. нар. „частен интерес“ [1], който води до облага от материален и нематериален характер. Личните интереси са базови, фундаментални интереси на субекта, които са насочени към задоволяване на основни физиологични, психологични, интелектуални потребности. Значимостта им се изразява във формиране на вътрешна мотивация за работа.

Организацията е съвкупност от множество индивиди, които са носители, както на свои лични интереси, така и на определено индивидуално поведение. Интересите и поведението на субекта се намират в процес на непрекъснато взаимодействие и са под влияние на различни фактори на средата – политическа, икономическа, културна и др. По тази причина може да се каже, че индивидуалното, субективно поведение не е постоянна величина. Поради своята специфика на видима, атрибутивна компонента груповото поведение се явява резултативна величина от множество фактори. В научната литература се възприема становището, че поведението е резултативна величина на: „личностни познавателни процеси, фактори на средата и самото поведение“ [2, р. 72].

Управлението на поведението е предмет на изучаване от бихейвиористите, които противопоставят социогенетичната си концепция на биогенетичната. Средата, обществото е това което дава възможности за развитие на поведението, а поведението се променя в резултат на придобития опит и познание [3, р. 10–17].

Теориите за управлението от Ф. Тейлър до днес представят модели на управление – „модел на вътрешните процеси“, „модел на рационалните системи“, „модел на отворените системи“, „модел на човешките отношения“, които по своята същност са моделиране на човешкото поведение за постигане на желан резултат посредством един или друг инструмент на власт. Школите са отражение на социалната действителност, а проявеното поведение е етапа на зрялост на индивида [4, р. 55–61].

Всяка една социална система, се отличава със своя организационна култура и норми на поведение. Съзнателно или не променяйки средата, в която пребивава субекта променя и поведението си.

От поведението можем да съдим не само за знанията и възможностите на субекта, а и за отношенията ръководител-подчинен. Поведението на субекта може да бъде приемливо или неприемливо, успешно или неуспешно, може да се проявява в различни форми на

действие и бездействие, причина за това ще бъде както самият той, така и наложеният модел на управление.

2. Етичните ценности и ценностната система на личността – регулатор на поведението

От възприемането на едни или други етични ценности зависи темпът, с който се усвояват настъпващите промени и избирането на пътя за достигане на крайните цели. Етичните ценности определят приоритетите или съпротивата към промяната.

Ценностите разкриват трайните предпочитания, отношения и действия на индивида в организацията и се явяват в ролята на регулатор на поведението.

Ценностите представляват *ръководни начала*, от които индивидите се водят, когато се сблъскват със ситуация, при която трябва да се направи избор. Те влияят върху *избора на поведение* на този, който взема решение, осъществяването на взетото решение – в практиката и в неговата оценка. Говорейки за оценъчен компонент, навлизаме в същността на идеята за ценностите. Тук ценността може да бъде определена като „положителния елемент на всяка оценъчна дихотомия, т. е. важното от „важно / незначително“, красивото от „красиво/ грозно“ и по-нататък: доброто, правилното, истинното, смисленото, нормалното, законното и пр...ценностите са намирали и намират израз в идеите на изкуството, науката, философията, морала и въобще – в насоката и съдържанието на мисленето и поведението ни...ценността е „устойчиво убеждение“, че определен начин на поведение или статус на съществуване са персонално или социално по-добри от други, а ценностната система е устойчива организация на убеждения, отнасящи се до предпочитаеми поведения” [5, р. 185].

Ярки изразители на ценностите са *човешките цели*, насочени към удовлетворяване на потребностите. Без *потребностите*, към чието задоволяване са насочени, *ценностите* не могат да бъдат разбрани. Ценностите влияят върху потребностите и интересите на хората. Можем да обобщим, че етичните ценности придават значимост на човешкото съществуване.

Анализирайки поведението на човешкия фактор, се налага изводът, че *етичните ценности* са определящи за крайния успех, за удовлетвореността и професионалния престиж от труда, т.е. за желания резултат от всяка дейност. Както отбелязва П. Дракър, трябва да се стремим да управляваме заради резултатите. За да са ефективни, е необходима *етика на управленското общуване*. То от своя страна се уповава на „*перфектното познаване на всичко, което ентусиазира и мобилизира служителите и работниците – гордост, чувство за превъзходство, усещане за принадлежност; специфични достойнства на*

организацията: бързина на операциите, качество на обслужването, новаторство в технологиите, надеждност и сигурност на произведените продукти, добър имидж, популярност сред клиентите и партньорите и пр.” [6]. Това са ценности, които обединяват членовете на организацията и ги приобщават към целите и задачите.

Динамично променящата се пазарна конюнктура налага организациите да бъдат гъвкави към нововъведенията. Успоредно с това се променят и приоритетите на хората и ценностната система също е динамична. Етичните ценности имат различна важност в различни ситуации. При непрекъснато комплицираща се външна и вътрешна (организационна) среда е необходимо да се търси *зависимост между персоналните ценности (на личността) и организацията*, което води до устойчивост на управленския процес.

За разлика от технологичната промяна, тази, която има отношение към поведението на хората, е деликатен процес. Тя засяга съзнанието на човешкия фактор и изисква *холистичен подход, насочен към етично-ценностното поведение*.

* * *

В обобщение може да се направи заключението, че личните интереси на субектите в организацията и етично-ценностната система на личността се явяват модерна и съвременна форма за управление на поведението. Те работят за разгръщане потенциала и уменията на субектите, ангажирането им с управленските цели и резултати и резултатите от организационната дейност.

Bibliography

1. ЗПУКИ, 2009.
2. Наумов И., Организационно поведение, том 72, София, 2004.
3. Андреева М., Организационно поведение, Ямбол, 1998.
4. Ангелов А., Организационно поведение, Томове %1 от %255-61, София, 2002.
5. Паунов М., Организационно поведение, София: Сиела, 1998.
6. Стойков Л., фирмена култура, София: УИ «Стопанство», 1995.



**ПЛАН МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВОДИМЫХ ВУЗАМИ
РОССИИ, АЗЕРБАЙДЖАНА, АРМЕНИИ, БОЛГАРИИ, БЕЛОРУССИИ,
КАЗАХСТАНА, УЗБЕКИСТАНА И ЧЕХИИ НА БАЗЕ
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»
В 2021 ГОДУ**

Дата	Название
1–2 июня 2021 г.	Социально-экономические проблемы современного общества
10–11 сентября 2021 г.	Проблемы современного образования
15–16 сентября 2021 г.	Новые подходы в экономике и управлении
20–21 сентября 2021 г.	Традиционная и современная культура: история, актуальное положение и перспективы
25–26 сентября 2021 г.	Проблемы становления профессионала: теоретические принципы анализа и практические решения
28–29 сентября 2021 г.	Этнокультурная идентичность – фактор самосознания общества в условиях глобализации
1–2 октября 2021 г.	Иностранный язык в системе среднего и высшего образования
12–13 октября 2020 г.	Информатизация высшего образования: современное состояние и перспективы развития
13–14 октября 2021 г.	Цели, задачи и ценности воспитания в современных условиях
15–16 октября 2021 г.	Личность, общество, государство, право: проблемы соотношения и взаимодействия
17–18 октября 2021 г.	Тенденции развития современной лингвистики в эпоху глобализации
20–21 октября 2021 г.	Современная возрастная психология: основные направления и перспективы исследования
25–26 октября 2021 г.	Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов
1–2 ноября 2021 г.	Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия
3–4 ноября 2021 г.	Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования.
7–8 ноября 2021 г.	Классическая и современная литература: преемственность и перспективы обновления
15–16 ноября 2021 г.	Проблемы развития личности: многообразие подходов
20–21 ноября 2021 г.	Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования
25–26 ноября 2021 г.	История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему
1–2 декабря 2021 г.	Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях
3–4 декабря 2021 г.	Проблемы и перспективы развития экономики и управления
5–6 декабря 2021 г.	Безопасность человека и общества как проблема социально-гуманитарных наук

ИНФОРМАЦИЯ О НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ

Название	Профиль	Периодичность	Наукометрические базы	Импакт-фактор
Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера»	Социально-гуманитарный	Март, июнь, сентябрь, декабрь	<ul style="list-style-type: none"> • РИНЦ (Россия), • Directory of open access journals (Швеция), • Open Academic Journal Index (Россия), • Research Bible (Китай), • Global Impact factor (Австралия), • Scientific Indexing Services (США), • Cite Factor (Канада), • International Society for Research Activity Journal Impact Factor (Индия), • General Impact Factor (Индия), • Scientific Journal Impact Factor (Индия), • Universal Impact Factor 	<ul style="list-style-type: none"> • Global Impact Factor – 1,881, • РИНЦ – 0,075.
Чешский научный журнал «Paradigmata poznání»	Мультидисциплинарный	Февраль, май, август, ноябрь	<ul style="list-style-type: none"> • Research Bible (Китай), • Scientific Indexing Services (США), • Cite Factor (Канада), • General Impact Factor (Индия), • Scientific Journal Impact Factor (Индия) 	<ul style="list-style-type: none"> • Global Impact Factor – 0,966

**ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- учебные пособия,
- авторефераты,
- диссертации,
- монографии,
- книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии
(в выходных данных издания будет значиться –
Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»)
или в России
(в выходных данных издания будет значиться –
Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок),
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- присвоение ISBN,
- печать тиража в типографии,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору.

Возможен заказ как отдельных услуг, так как полного комплекса.

**PUBLISHING SERVICES
OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –
VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- training manuals;
- autoabstracts;
- dissertations;
- monographs;
- books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic
(in the output of the publication will be registered

Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
or in Russia

(in the output of the publication will be registered

Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»)

We carry out the following activities:

- editing and proofreading of the text (correct spelling, punctuation and stylistic errors),
- making an artwork,
- cover design,
- ISBN assignment,
- print circulation in typography,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic,
- sending books to the author by the post.

It is possible to order different services as well as the full range.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
State University named after Shakarim Semey City
Penza State Technological University
New Bulgarian University

INNOVATIVE PROCESSES IN ECONOMIC, SOCIAL AND SPIRITUAL SPHERES OF LIFE OF SOCIETY

Materials of the XI international scientific conference
on May 25–26, 2021

Articles are published in author's edition.
The original layout – I. G. Balashova

Podepsáno v tisku 26.05.2021.
60×84/16 ve formátu.
Psaní bílý papír. Vydavate llistů 3.
100 kopií

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:
Identifikační číslo 29133947 (29.11.2012)
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika
Tel. +420773177857
web site: <http://sociosfera.com>
e-mail: sociosfera@seznam.cz