

Федеральное агентство по образованию
Волгоградский государственный
архитектурно-строительный университет

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

2008 № 2

Научно-теоретический журнал

Выходит 4 раза в год

Основан в 2007 г.

г. Волгоград

Учредитель:
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный
архитектурно-строительный университет»

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-27329
от 28 февраля 2007 г. Выдано Федеральной службой
по надзору за соблюдением законодательства в
сфере массовых коммуникаций и охране
культурного наследия

Редакционный совет:

председатель — д-р техн. наук,
проф. **С.Ю. Калашников**,
заместитель председателя —
д-р экон. наук, проф. **М.К. Беляев**,
д-р экон. наук, проф. **С.Н. Соколов**,
председатель комитета Волгоградской
городской думы проф. **М.М. Девятов**,
д-р техн. наук, проф. **В.М. Шумячер**,
д-р техн. наук, проф. **В.Г. Диденко**,
нач. РИО ВолгАСУ **О.Е. Горячева**,
канд.archit., проф. **А.В. Антюфеев**

Главный редактор журнала:

д-р филос. наук, проф. **Б.А. Навроцкий**

Редакционная коллегия:

д-р соц. наук, проф. **В.В. Деларю**,
д-р соц. наук **Г.Н. Ильина**,
д-р экон. наук, проф. **О.В. Максимчук**,
д-р ист. наук, проф. **А.Н. Буров**,
д-р archit., проф. **Г.А. Птичникова**,
д-р пед. наук, проф. **В.В. Сериков**,
д-р филос. наук, д-р юрид. наук,
проф. **Н.Н. Седова**,
д-р филос. наук, проф. **Г.Г. Слышкин**

Адрес редакции:

400074, Волгоград, ул. Академическая, 1
Тел. (8-442)96-99-25, (8-442)96-98-28

© Государственное
образовательное
учреждение высшего
профессионального
образования «Волгоградский
государственный
архитектурно-строительный
университет», 2008
© Потокина-Курилкина Т.М.,
дизайн обложки, 2008



Ссылка на журнал при цитировании
опубликованных в нем материалов обязательна

СОДЕРЖАНИЕ

ЧЕЛОВЕК В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

Дун Жань, Слышкин Г.Г. Свадебный ритуал в современной китайской и
русской городской культуре ... **3**

Лю Сун, Слышкин Г.Г. Погребальный ритуал в современной китайской и
русской городской культуре ... **14**

ГОРОД КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Искренко Э.В., Искренко Д.И. Государственно-частное партнерство в
управлении инфраструктурными объектами экономики города ... **25**

Василенко О.В. Потребительские риски в современных российских
условиях: социологический анализ ... **34**

Акчурин Г.Т. Городской жилищно-коммунальный комплекс в период
острого бюджетного дефицита ... **42**

ГОРОД И ВЛАСТЬ

Смолянский П.В., Ункуров Е.С. Комплексная диагностика социально-
политической ситуации в муниципальном образовании ... **53**

АВТОРАМ

Условия приема статей в редакцию и требования к авторским оригиналам ... 59

Вниманию авторов и читателей!

Журнал включен
в базу данных
Российского индекса
научного цитирования
(РИНЦ)
на сайте
Научной электронной
Библиотеки
www.elibrary.ru

Подписку на журнал

«СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА»

на первое полугодие 2010 г.

можно оформить

по каталогу «Пресса России»
(в почтовых отделениях),
подписной индекс 29507,

и электронному каталогу агентства «Книга-Сервис»
(на Интернет-сайте агентства www.aks.ru),
подписной индекс E 29507.

По вопросам приобретения
выпусков журнала 2008–2009 гг.
обращаться в редакцию по тел. (8442) 96-99-25

УДК 81:39

Дун Жань, Г.Г. Слышкин

СВАДЕБНЫЙ РИТУАЛ В СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Статья открывает цикл публикаций, посвященных сравнительному лингвокультурологическому анализу основных ритуалов современной городской культуры России и Китая. Работы являются итогом исследований, выполненных группой китайских аспирантов под руководством проф. Г.Г. Слышкина. Рассмотрен свадебный ритуал как коммуникативная практика и как лингвокультурный концепт.

Ключевые слова:
свадьба, ритуал, лингвокультура,
коммуникация, концепт, жанр.

Dong Ran, G.G. Slyshkin

WEDDING RITUAL IN THE MODERN CHINESE AND RUSSIAN URBAN CULTURES: COMMUNICATIVE AND LINGUISTIC CONCEPTOLOGICAL ANALYSIS

The article opens a series of publications devoted to the comparative linguistic and cultural analysis of basic rituals of the modern Russian and Chinese urban cultures. The data presented in the articles results from the research carried out by a group of Chinese postgraduates under the guidance of professor G.G. Slyshkin. In the first article the ritual of wedding is viewed as a communicative custom and a linguistic cultural concept.

Key words: wedding, ritual, linguistic culture, communication, concept, genre.

Об авторах:

Дун Жань — аспирант Волгоградского государственного педагогического университета (КНР, г. Чанчунь)

Слышкин Геннадий Геннадьевич — доктор филологических наук, профессор, зам. директора по научной работе Волгоградского филиала Российского государственного торгового экономического университета
ggs1@yandex.ru, тел. 8(8442) 33-28-57

Социальная жизнь человека насыщена ритуалами. Именно ритуал выступает как «важнейший механизм коллективной памяти и средство поддержания социального порядка» [1]. Базовые ритуалы (свадьба, застолье, похороны и т.п.) представляют собой сложные культурно-исторические явления, обладают значительной национальной спецификой и подвергаются существенным изменениям на протяжении истории социума. Можно констатировать, что урбанистическая культура практически не породила своих уникальных ритуалов, однако все ритуалы, заимствованные городом у аграрного общества, претерпели существенные изменения в процессе адаптации к городскому культурному пространству.

Данной статьей открывается цикл публикаций, посвященных сравнительному лингвокультурологическому анализу основных ритуалов современных городских культур России и Китая. Сравнение базовых ритуалов и стоящих за ними ценностей позволяет продемонстрировать не только межкультурные различия, но и значительную общность таких на первый взгляд глубоко контрастных культур, как российская и китайская. Это служит еще одним доказательством существования общечеловеческой аксиологической системы, преодолевающей границы отдельных национальных культур, составляющей основу межкультурной коммуникации, а также формирующей предпосылку для формирования этнически толерантного мирового сообщества.

В этой работе мы обратимся к системе обрядов, сопровождающих заключение брака. Брак занимает важное место в жизни человека, и поэтому человек не может обойтись без особого ритуала — свадьбы. «Люди в целом ряде случаев обходятся без обрядности при рождении ребенка, при получении паспорта, в день ухода в армию и т.д. Но трудно, пожалуй, сыскать такого человека, который обошелся бы без пусть даже самого скромного свадебного обряда, когда вступает в брак» [2, с. 141].

Традиционные русские и китайские свадьбы являлись сложными многоэтапными процессами с обширной ритуализованной коммуникативной составляющей. Традиционная китайская свадьба включала следующие обряды:

предсвадебные: 纳彩 — дарение подарков родителям девушки, 问名 — сообщение имени (семьи обменивались карточками с указанием «восьми иероглифов жизни», в которых сообщались фамилии, а также год, месяц, день и час рождения новобрачных), 纳吉 — гадание (если гадание проходило успешно, то семья молодого человека приносила дикого гуся семье девушки; дикие гуси как олицетворение супружеской верности являлись символом новобрачных), 纳徵 — достижение успеха (семья юноши дарила подарки семье девушки как признание успешного сватовства; с этого момента пара официально считалась женихом и невестой), 请期 — сообщение даты (семья жениха передавала семье невесты карточку с указанием даты свадьбы), 亲迎 — «встреча самих» (встреча жениха и невесты в ее доме);

свадебные: 拜堂 — поклонение жениха и невесты Небу и Земле, 沃盥 — купание новобрачных, символизировавшее вступление в новую жизнь, 对席 — размещение новобрачных за столом друг напротив друга, 同牢合卺 — совместное вкушение новобрачными мяса и вина (молодожены вместе съедали кусочек мяса и пили вино или чай из бокалов, связанных красной лентой), 媛余设衽 — соединение кроватей (шутливые смотрины невесты);

послесвадебные: 妇见舅姑 — встреча снохи с родителями мужа, 妇馈舅姑 — приготовление снохой пищи для свекра и свекрови, 舅姑饷妇 — поучение свекром и свекровью молодой жены, 成婿之礼 — «обряд зятя» (посещение новобрачными дома родителей новобрачной).

Русская традиционная свадьба также делилась на предсвадебный, свадебный и послесвадебный этапы. Схема обрядового комплекса включала следующие элементы: сватовство — сговор — девичник / мальчишник — баня — венчание — свадебный пир — послесвадебный обряд.

В традиционной русской и китайской свадебной коммуникации налицо ряд близких элементов. Сходной является общая последовательность обрядов, а также многие использовавшиеся символы (например, омовение как символ начала новой жизни).

Основные отличия традиционной русской и китайской свадебной коммуникации заключаются в следующем:

1) в русских свадебных обрядах активную коммуникативную роль играли все члены семьи брачующихся. В Китае активными коммуникантами являлись лишь молодожены и их родители;

2) безэквивалентным для китайской культуры является русский обряд «девичник/мальчишник», т.е. акт прощания со свободной жизнью. В китайской свадебной коммуникации акцентировалось лишь прощание невесты со своими родителями;

3) в китайской лингвокультуре существовало табу, ограничивавшее участие родителей невесты в свадебной коммуникации: не допускалось их присутствие на той части церемонии, которая происходила в доме жениха. Этим подчеркивался ее переход в состав другой семьи. В Китае до сих пор существует устойчивое речение 嫁出去的姑娘, 泼出去的水 — *Когда девушка вышла замуж, она стала членом семьи мужа, с родной семьей не должно быть никаких отношений.*

Таким образом, основные коммуникативные различия китайской и русской традиционных свадеб связаны с ценностными отношениями к родителям в русской и китайской лингвокультурах.

Современные городские свадьбы являются результатом долгой эволюции и представляют из себя смесь традиционного и нового. В Китае господствующий тип свадьбы обозначается термином 土洋结合 (*tu yang jie he*) — *смесь традиционного с европейским*.

Набор основных ценностей, реализующихся в китайской и русской свадебной коммуникации, идентичен. К ним относятся семейное счастье, любовь, продолжение рода. Различны средства апелляции к данным ценностям. Для русской лингвокультуры характерно более интенсивное использование вербальных знаков в жанрах тоста и поздравления. Тексты тостов и поздравлений носят развернутый характер, обладают повышенной экспрессивностью, стилистической насыщенностью, часто облачаются в стихотворную форму. Приведем примеры:

поздравление:

*Желаем счастья без печали,
Желаем, чтоб друзья не огорчали,
Чтоб боль и горе в жизни не встречались,
А радость в жизни не кончалась!
Пусть будут весны среди зим и лета,
Пусть будет очень много света,
И все задуманное пусть свершится —
Ведь ради этого и стоило жениться!*

тост:

Царство семьи — это царство женщины. Умная, добрая, невздорная жена может, как добрая фея, создать дома атмосферу любви, радости, счастья и яркого света. Во власти женщины сделать из супружеской жизни продолжительное золотое утро. Пожелаем все это нашим новобрачным, пожелаем им счастливой семейной жизни. Горько!

В китайской лингвокультуре тосты и поздравления лаконичны, клишированы, стилистически бедны:

祝你们早生贵子 [*zhu ni men zao sheng gui zi*] (чжу ни мэнь зао шэн гуй зи) — *Желаю вам скорее родить драгоценного сына!*

祝你们白头偕老, 永结同心 [*zhu ni men bai tou xie lao, yong jie tong xin*] (чжу ни мэнь бай то се лао, юн цзе тун синь) — *Желаю вам счастливое супружество до глубокой старости и вечной любви!*

Для китайской свадебной коммуникации в большей степени, чем для русской, характерно использование семиотически маркированных предметов и пищевых знаков. Например, 鸡 (*цзи* — *курица*) является неизменным блюдом на свадебном застолье. По-китайски 鸡 созвучно со словом 吉 [*ji*] (*цзи*), которым обозначается счастье. Блюдо из курицы символизирует счастье в будущей семейной жизни. Колобок 汤圆 (*тан юань*) делается из клейкого риса. Характеристика данного сорта риса — клейкость — символизирует сильную центростремительную силу; круглая форма колобка символизирует благополучие. Именно поэтому 汤圆 (*тан юань*) на свадебных столах подчеркивает тему объединения рода, семьи как залог благополучия.

Более значима в китайском свадебном ритуале и семиотика цвета. Если в России символически маркированным является лишь цвет платья невесты (белый — символ чистоты), то в Китае красный цвет (цвет счастья) представ-

лен на свадьбе очень широко: деньги новобрачным дарятся в красных конвертах, новобрачная дарит свекрови красный цветок, бокалы новобрачных связываются красной лентой, канализационные люки, находящиеся на пути свадебного кортежа, накрываются красной бумагой.

В китайском языке существует более обширная система терминов для обозначения специальных аксессуаров свадебного ритуала. Например, невеста должна вручить свекрови умывальные тазы, которые называются 聚宝盆 (*цзюй бао пэнь* — *тазы, где деньги вырастают сами*). Этот обряд означает, что невеста приносит богатство в семью жениха.

Результатом рефлексии носителей языка по поводу свадебного ритуала становится лингвокультурный концепт «свадьба». В данной работе категория «концепт» рассматривается с позиций аксиологической лингвистики. Лингвокультурный концепт понимается как многомерное ментальное образование, в котором выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие при доминировании последней [3]. В исследовании применяется модель разноуровневого языкового воплощения концепта, включающая уровень системного потенциала, уровень субъектного потенциала и уровень текстовой реализации, а также ассоциативная модель концепта, включающая интразону (зону входящих ассоциаций) и экстразону (зону исходящих ассоциаций) [4].

Для исследования **уровня системного потенциала** лингвокультурного концепта «свадьба» были рассмотрены данные сплошной выборки из толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремиологических словарей русского и китайского языков (35 словарей).

Обратимся к интразоне концепта. Для анализа лексической интразоны в русском языке был рассмотрен синонимический ряд, доминантой которого является лексема *свадьба*. Данный ряд включает следующие единицы: *свадьба, бракосочетание, венчание, женитьба*.

Общеславянская лексема *свадьба* происходит от слова «сват». Лексико-словообразовательный анализ показывает, что сема «человек» является ядерной частью этого слова. Лексема *брак* происходит от старого славянского *брати* — *брат*. Лексема *венчание* является общеславянской (от «*венец*») и обозначает совершение церковного обряда бракосочетания. Для наивных носителей языка внутренняя форма указанных лексем не является прозрачной.

Лексема *женитьба* означает действие по глаголу «жениться» и определяется как «вступление в брак». Ее происхождение от лексемы *жена* понятно носителям языка.

В китайском языке основой обозначения свадьбы стали односложные слова 嫁 (*цзя* — *выйти замуж*), 娶 (*чюй* — *брать жену*) и 婚 (*хунь* — *свадьба*), используемые в современном китайском языке в функции слогоморфем.

嫁 (*цзя*) в современном китайском языке означает «выйти замуж», «замужество», на что указывает левая часть иероглифа 女 (*нюй*, т.е. *девица*), а 家 (*цзя*, т.е. *дом*) представляет собой фонетический компонент. Буквально данная слогоморфема означает «девушка ушла из родного дома в дом мужа».

娶 (*чюй*) определяется как «жениться, женитьба», «брать жену» и «женить, брать сноху». Данный иероглиф состоит из двух частей. Первая часть — 取 — означает «брать», «взять». Вторая часть — 女 (*нюй*) — означает девицу или женщину. Буквально слогоморфема означает «брать девицу в жены».

Слогоморфема 婚 (хунь) первоначально писалась как 昏 (хунь) и означала сумерки. В древнем Китае обряд женитьбы совершали под вечер. В современном китайском языке обряд свадьбы стал в большей степени ассоциироваться с женщиной, чем в древнекитайском, вследствие чего к первоначальному иероглифу добавилась часть 女 (нюй), что впоследствии привело к образованию иероглифа 婚 (хунь). Данная слогоморфема буквально переводится как «брать девушку домой под вечер». С помощью слогоморфемы 婚 (хунь) формируется ряд лексем, служащих средствами апелляции к концепту «свадьба». Среди них можно выделить следующие семантические типы:

1) форма свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 撞天婚 (чжуан тянь хунь). В Древнем Китае существовал способ выбора жениха по небесной воле, когда девушка стояла на балконе терема и бросала красный шарик. На кого этот шарик попадал, тот и должен был стать ее мужем;

2) статус участников свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 军婚 (цзунь хунь, армия + свадьба). Эта лексема означает военный брак, когда один из супругов служит в армии;

3) время свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 晚婚 (вань хунь — поздно + свадьба). Эта лексема означает брак в пожилом возрасте;

4) историческая аллюзия + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 惊婚 (цзин хунь — испуг + свадьба). Буквальное значение этой лексемы — «девушка срочно выходит замуж, чтобы не стать женой императора»;

5) оценка свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 大婚 (да хунь — большой + свадьба), т.е. роскошная свадьба;

6) юбилей свадьбы + слогоморфема 婚 (хунь). Пример: 金婚 (цзинь хунь — золото + свадьба), т.е. золотая свадьба.

Общими элементами фразеологической и паремиологической интразоны концепта «свадьба» для русской и китайской лингвокультур являются:

1) устойчивые речения, использующиеся как свадебные пожелания: *Дай Бог вам совет да любовь. Дай Бог — с кем венчаться, с тем и кончаться.* 白头偕老 (бай то се лао — Вместе живут, когда волосы седые). 百年好和 (бай нянь хао хэ — Жить счастливой жизнью многие годы);

2) условия и критерии выбора невесты и жениха: *Жену выбирай не глазами, а ушами. Не молодца любят, денежку.* 娶妻当娶贤 (чюй чи дан чюй сянь — Мужчина должен выбирать невесту за ее внутренний мир). 男怕入错行, 女怕嫁错郎 (нань па жу цюо хан, нюй па цзя цюо лан — Мужчина должен волноваться, что неправильно выберет профессию, а девушка должна волноваться, что неправильно выберет мужа).

В русских словарях присутствуют несколько групп фразеологизмов и паремий, лакунарных для китайской лингвокультуры:

1) отражающие свадебные приметы: *Дождь на молодых — счастье. Снег и дождь на свадебный поезд — богато жить;*

2) описывающие свадебные обряды: *Горько вино, не пьется. Выбирай такого дружку, чтоб загадки разгадывал.*

В китайском языке также налицо фразеологизмы и паремии, лакунарные для русской лингвокультуры:

1) апеллирующие к брачному контракту: 指腹为婚 (чжи фу вэй хунь, т.е. нареченный договор — договор о свадьбе еще нерожденных детей, а находя-

щихся только в периоде внутриутробного развития), 百岁之盟 (бай суй чжи мэн, т.е. столетний договор (обычно брачный контракт);

2) описывающие свадебную атмосферу: 洞房花烛 (дун фан хуа чжу — комната новобрачных в свадебных свечах), 大喜之日 (да ши чжи жи — день радости);

3) отражающие благоприятное время для заключения брака: 男大当婚 (нань да дан хунь — Когда мужчина вырастает, ему нужно жениться вовремя), 女大当嫁 (нюй да дан цзя — Когда девушка вырастает, ей нужно выйти замуж вовремя);

4) связанные с отношением к браку: 天作之合 (тянь зуо чжи хэ — союз, совершенный небом), 佳偶天成 (цзя оу тянь чэн — Небо соединяет счастливую пару).

В экстразону русского концепта «свадьба» входят ассоциации:

1) хлопотное событие (Безумный день, или женитьба Фигаро);

2) переходный этап, после которого начинается новая более сложная жизнь (Покроют головушку, наложат заботушку);

3) событие, к которому следует заранее готовиться, продумывая все (Свадьба скорая, что вода поляя);

4) событие, которое бывает у людей разного достатка, но на организацию которого в любом случае найдутся средства (Свадьба найдет рубаику);

5) чужая свадьба — не всегда радость для других (Кому свадьба, а кому похороны);

6) решение, принятое без участия задеиствованного лица (Без меня меня женили);

7) важное событие, которое следует провести торжественно, парадно (свадебный генерал).

Экстразону китайского концепта «свадьба» формируют менее сложные ассоциации:

1) радость: 又娶媳妇又嫁女 (ю чюй си фу ю цзя нюй) — Женить сына и выдать замуж дочь (выражение, означающее радостное событие);

2) справедливость: 讨媳妇嫁女儿 — 一进一出 (тао си фу цзя нюй эр — и цзинь и чу) — Родители, женив сына, получают сноху в свою семью, а выдав дочь замуж, отдают в другую;

3) осуществление мечты, грез: 做梦结婚 — 想得好 (зуо мэн цзе хунь — сянь дэ хао) — Видеть сон о своей свадьбе — это сладкие грезы;

4) корысть: 爹死娘嫁人, 个人顾个人 (де си нян цзя жэнь, гэ жэнь гу гэ жэнь) — Когда умирает отец, мать хочет выйти замуж вновь, чтобы не нести на себе одной все тяготы заботы о детях и родителях покойного супруга;

5) возможность дать другим заработать: 为人作嫁 (вэй жэнь зо цзя) — Шить свадебное платье для другой девушки.

Уровень субъектного потенциала концепта «свадьба» рассмотрен в работе экспериментальным путем. Для раскрытия субъектного потенциала концепта «свадьба» мы провели ассоциативный эксперимент и дефиниционный опрос. Ассоциативный эксперимент проводился в 2006—2007 гг. в Волгограде, и в нем приняли участие носители русской и китайской лингвокультур (по 100 респондентов с каждой стороны), принадлежащие к различным социаль-

ным группам. В качестве стимулов для свободного ассоциирования выступили лексемы *свадьба*, *бракосочетание* и 婚礼 (*хунь ли* — *свадьба*), 结婚仪式 (*цзе хунь и ши* — *бракосочетание*). Проанализировав полученные данные, мы выделили следующие ассоциативные группы, общие для русской и китайской лингвокультур:

1) место регистрации брака и проведения свадьбы (25 % русских респондентов и 8 % китайских). Наиболее частотная реакция у русских — ЗАГС (22 %), у китайцев — храм (6 %);

2) свадебная атмосфера (22 % русских респондентов и 31,5 % китайских). Наиболее частотные реакции у русских: *радость* (10 %), *счастье* (5 %), у китайцев — 幸福 (*син фу* — *счастье*) (12,5 %), 热闹 (*жэ нао* — *шумное веселье*) (10 %);

3) причина свадьбы. В эту группу входит одна ассоциация — *любовь*. Она фигурирует в ответах 9,5 % русских и 1,5 % китайских респондентов;

4) участники свадьбы (13,5 % русских респондентов и 15,5 % китайских). Реакция *невеста* является наиболее частотной как у русских (7 %), так и у китайских (11 %) респондентов. Примечательно, что в ответах китайских респондентов помимо упоминаний невесты и жениха фигурирует также лексема 双亲 (*шуан цинь*) — *родители* (2 %);

5) свадебные украшения и символы свадьбы (10,5 % русских респондентов и 7 % китайских). Для данной группы характерно наибольшее разнообразие реакций: *кольца* (4 %), *платье* (2 %), *цветы* (1,5 %), *фото* (1 %), *букет* (0,5 %), *белый* (0,5 %), *голуби* (0,5 %), *марш Мендельсона* (0,5 %); 车队 (*чэ дуй* — *кортеж*) (2 %), 婚纱 (*хунь ша* — *свадебное платье*) (2 %), 戒指 (*цзе чжи* — *кольца*) (1 %), 鞭炮 (*вянь пао* — *хлопушка*) (1 %), 花 (*хуа* — *цветы*) (1 %);

6) свадебное застолье (7,5 % русских респондентов, 8 % китайских). В ответах русских респондентов заметно превалируют реакции, связанные с употреблением спиртных напитков: *пьянка* (2 %), *горько* (2 %), *шампанское* (1 %). Китайские респонденты чаще упоминают употребление пищи.

7) позитивное или негативное событие в жизни (7 % русских респондентов и 15,5 % китайских). В ответах русских респондентов негативная оценка превалирует (5,5 %), однако присутствуют и положительные реакции (1,5 %). В ответах же китайских респондентов встречается только негативная реакция. Как у русских, так и у китайцев свадьба ассоциируется с *хлопотами* и *затратами*.

Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциативные группы:

1) подарки (9,5 %). Среди ассоциаций, относящихся к данной группе, присутствуют 钱 (*чянь* — *деньги*), 房子 (*фан зи* — *дом*), 公寓 (*гун юй* — *квартира*), 红包 (*хон бао* — *красные конверты*) (в Китае деньги на свадьбе дарятся в конвертах красного цвета), 送礼 (*сон ли* — *подношение подарков*);

2) свадебные обряды (3,5 %): 拜天地 (*бай тянь ди* — *поклонение небу и земле*), 闹洞房 — (*нао дун фан*, *период шуточных смотрин молодой жены*), 敬酒 (*цзин цзю* — *преподносить вино кому-либо с уважением*), 仪式 (*и ши* — *обряд*).

В проведенном нами дефиниционном опросе в 2007—2008 гг. информантами выступили по 100 носителей китайской и русской лингвокультур.

Каждый из респондентов получал задание по дефинированию слова *свадьба* или *婚礼* (*хунь ли* — *свадьба*). Результаты данного опроса позволяют сделать вывод о том, что на понятийном уровне и в русской, и в китайской лингвокультурах свадьба интерпретируется следующим образом:

- 1) свадьба как торжественный праздник (39 % русских респондентов, 6 % китайских);
- 2) свадьба как создание новой семьи (27 % русских респондентов, 13 % китайских);
- 3) свадьба как своеобразный ритуал, обряд, событие (13 % русских респондентов, 20 % китайских);
- 4) свадьба как застолье (9 % русских респондентов, 21 % китайских);
- 5) свадьба как регистрация брака (3 % русских респондентов, 15 % китайских);
- 6) свадьба как продолжение рода (1 % русских, 3 % китайских).

Специфическими признаками, характерными только для одной из рассматриваемых лингвокультур и отсутствующими в понятийном компоненте концепта «свадьба» в другой, являются следующие:

- 1) свадьба как доказательство любви (8 % русских респондентов);
- 2) свадьба как исполнение родительского желания и потеря надежды на любовь (4% китайских респондентов);
- 3) свадьба как начало новой жизни (17 % китайских респондентов),
- 4) свадьба как демонстрация богатства (1 % китайских респондентов).

Для исследования *уровня текстовой реализации* концепта «свадьба» были электронные базы данных, содержащие тексты одиннадцати русских и десяти китайских газет. Частотность упоминания имени исследуемого концепта в русских газетах составляет 3000 раз, в китайских — 5938.

Был проведен анализ сочетаемости русских и китайских лексических единиц с эпитетами. Обнаруженные эпитеты классифицируются следующим образом:

- 1) эпитеты, характеризующие степень изобилия свадьбы (145 употреблений в русских и 342 в китайских текстах), например, *пышная* (72), *большая* (37), 隆重的 (*лон чжон дэ* — *торжественная свадьба*) (106), *люксюри* (*хао хуа дэ* — *пышная свадьба*) (85).

Президент Таджикистана запретил пышные свадьбы (Новая газета, 24.07.2007).

三辆吉普车开道, 其中 1 辆是价值 100 多万元的吉普车, 1 辆林肯车, 1 辆红色法拉利紧随其后, 后面的车队则由 70 多辆奔驰 600 轿车组成. 这个超豪华的婚礼车队前天浩浩荡荡的出现在大连市滨海路上, 车队绵延近 1 公里, 引起了不少路人的惊叹. 据计算, 豪华车队的总价值近 8000 万元. (*Впереди ехали три роскошные «джипа», один из которых стоил более одного миллиона юаней, за ними следовали 2 белых лимузина и 1 красный «Феррари», а за ними еще более 70 «мерседесов-600». Это пышное свадебное шествие появилось на дорогах города Даляни, и его длина составляла почти километр. Все прохожие обращали внимание и были очень удивлены. Подсчитали, что стоимость этих машин составила 80 миллионов юаней* [扬子晚报, 20. 05. 2007];

- 2) эпитеты, обозначающие юбилей свадьбы (92 употребления в русских и 5 в китайских текстах), например, *золотая свадьба* (48), *серебряная свадьба*

(37), *бриллиантовая свадьба* (7), 金婚 (цзинь хунь — золотая свадьба) (3), 银婚 (инь хинь — серебряная свадьба) (2);

3) эпитеты, указывающие на время проведения свадьбы (54 употребления в русских и 7 в китайских текстах), например, *предстоящая свадьба* (12), 五一婚礼 (у и хунь ли — свадьба во время Майских праздников) (2);

4) эпитеты, характеризующие атмосферу свадьбы (30 употреблений в русских и 144 в китайских текстах), например, *красивая свадьба* (12), 热闹的婚礼 (жэ нао дэ хунь ли — праздничная, шумная свадьба) (29);

5) эпитеты, характеризующие последовательность и количество свадеб в жизни новобрачных (22 употребления в русских и 2 в китайских текстах), например, *скорая свадьба* (17), 第一次的婚礼 (ди и цы дэ хунь ли — первая свадьба) (1).

Певица Катя Лель, недавно заявившая о скорой свадьбе, решила немного повременить. В данный момент девушка мечтает только работать, работать и еще раз работать <...> (Московский комсомолец, 17.06.2007).

<...> 他, 信誓旦旦地许诺: “这是我第一次婚礼, 也将是唯一一次” <...> 她, 满脸幸福地大喊: “我愿意。” (Он заявил: «Это моя первая свадьба, и будет единственной». Она ответила: «Я согласна») (上海青年报, 02.02.2007);

6) эпитеты, содержащие в себе оценку свадьбы (21 употребление в русских и 32 в китайских текстах), например, *особенная свадьба* (4), 特别的婚礼 (тэ бе дэ хунь ли — особенная свадьба) (22);

7) эпитеты, дающие национальную идентификацию свадебного ритуала (9 употреблений в русских и 51 в китайских текстах), например, *традиционная свадьба* (2), 传统婚礼 (чуань тон дэ хунь ли — традиционная свадьба) (21);

8) эпитеты, обозначающие место проведения свадьбы (5 употреблений в русских и 6 в китайских текстах), например, *сельская свадьба* (3), 病房里的婚礼 (бин фан ли дэ хунь ли, т.е. свадьба в больничной палате) (3).

Это оказались офицеры Абвера. Всех наших обезоружили и повели в деревню Лампово. Пленные готовились к допросам и пыткам. Но Абвер работал тоньше. Их привели на деревенскую свадьбу. Шнапс, самогон... (Известия, 04. 10. 2006).

Болельщики. 1月17日, 山东省青岛市中心医院血液病科病房内举办了一场特殊的婚礼, 身患白血病的山东姑娘高俊峰披上圣洁的婚纱, 她的爱人宋冰举行婚礼 (Свадьба в больничной палате. Семнадцатого января в провинции Шаньдун в палате циндаоской больницы играли особенную свадьбу. Пациентка в белом свадебном платье — шаньдунская девушка Гао Цзюньфэн, которая болеет лейкозом, и ее любимый человек Сун Бин играли свадьбу) (北京晨报, 02.02.2007);

9) эпитеты, характеризующие свадьбу по ее участникам (4 употребления в русских и 67 в китайских текстах), например, *студенческая свадьба* (3), 集体的婚礼 (цзи ти хунь ли — коллективная свадьба) (43).

Кроме того, в русских текстах представлены эпитеты, указывающие на длительность ожидания свадьбы (2 употребления): *долгожданная свадьба* (1), *долгожданное бракосочетание* (1).

Выводы. 1. Набор основных ценностей, реализующихся в китайской и русской свадебной коммуникации, идентичен: семейное счастье, любовь, продолжение рода. Различны средства апелляции к данным ценностям. Для

русской лингвокультуры характерно более интенсивное использование вербальных знаков в жанрах тоста и поздравления. Тексты тостов и поздравлений носят развернутый характер, обладают повышенной экспрессивностью, стилистической насыщенностью, часто облекаются в стихотворную форму. В китайской лингвокультуре тосты и поздравления лаконичны, клишированы, стилистически бедны. Для китайской свадебной коммуникации в большей степени, чем для русской, характерно использование семиотически маркированных предметов и пищевых знаков, а также апелляция к семиотике цвета.

2. Как китайский, так и русский концепты «свадьба» обладают значительным системным потенциалом. Лексическая интразона китайского концепта развита в большей степени, чем у его русского аналога. Во внутренней форме китайских лексем закреплены такие ассоциации, как «форма свадьбы», «статус участников свадьбы», «время заключения брака», «оценка свадьбы», а также исторические аллюзии.

3. Фразеологическая и паремиологическая интразона русского и китайского концептов «свадьба» включает ряд общих элементов: свадебные пожелания, условия выбора невесты и жениха. Уникальными для русской лингвокультуры являются следующие элементы: отражение свадебных примет, описание свадебных обрядов. Для китайской лингвокультуры уникальны единицы, апеллирующие к брачному контракту, описывающие свадебную атмосферу, отражающие благоприятное время для заключения брака, связанные с отношением к браку.

4. В экстразону русского концепта «свадьба» входят следующие ассоциации: «хлопотное событие», «переходный этап, после которого начинается новая более сложная жизнь», «событие, к которому следует заранее готовиться, продумывая все», «событие, которое бывает у людей разного достатка, но на организацию которого в любом случае найдутся средства», «чужая свадьба — не всегда радость для других», «решение, принятое без участия задествованного лица», «важное событие, которое следует провести торжественно, парадно». Экстразону китайского концепта «свадьба» формируют менее сложные ассоциации, а именно «радость», «справедливость», «осуществление мечты, грез», «корысть», «свадьба как возможность дать другим заработать».

5. На уровне субъектного потенциала китайский и русский концепты «свадьба» включают следующие общие ассоциативные группы: «место регистрации брака и проведения свадьбы», «свадебная атмосфера», «причина свадьбы», «участники свадьбы», «свадебные украшения и символы свадьбы», «свадебное застолье», «позитивное или негативное событие в жизни». Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциативные группы: «подарки» и «свадебные обряды». На понятийном уровне, выявленном в ходе дефиниционного эксперимента, и в русской, и в китайской лингвокультуре свадьба понимается как «торжественный праздник», «создание новой семьи», «своеобразный ритуал, обряд», «событие», «застолье», «регистрация брака», «продолжение рода». Уникальными для китайской лингвокультуры стали определения свадьбы как «начала новой жизни», «исполнения желания родителей», «потери надежды на любовь», «демонстрации богатства». Единственное уникальное для русской лингвокультуры определение — «доказательство любви».

6. На уровне текстовой реализации концепта «свадьба» проявляется значимость для представителей как русской, так и китайской лингвокультур следующих характеристик свадебного ритуала: «степень изобилия», «юбилей», «время проведения», «атмосфера проведения», «последовательность и количество свадеб в жизни новобрачных», «оценка свадьбы», «национальная идентификация», «место проведения», «участники».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Белоусова Е.А. Представления и верования, связанные с рождением ребенка: современная городская культура : автореф. ...канд. культурологии. М., 1999.
2. Брудный В.И. Обряды вчера и сегодня. М. : Наука, 1968.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.
4. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград : Перемена, 2004.

© Дун Жань, Слышкин Г.Г., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

УДК 81:39

Лю Сун, Г.Г. Слышкин**ПОГРЕБАЛЬНЫЙ РИТУАЛ
В СОВРЕМЕННОЙ
КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ
ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЕ**

Статья продолжает цикл публикаций, посвященных сравнительному лингвокультурологическому анализу основных ритуалов современной городской культуры России и Китая. Работы являются итогом исследований, выполненных группой китайских аспирантов под руководством профессора Г.Г. Слышкина. Рассматривается погребальный ритуал как коммуникативная практика и лингвокультурный концепт.

Ключевые слова:
погребение, ритуал, лингвокультура, коммуникация, концепт, жанр.

*Lu Sun, G.G. Slyshkin***FUNERAL RITUAL IN THE MODERN
CHINESE AND RUSSIAN URBAN
CULTURES**

The article proceeds a series of publications devoted to the comparative linguistic and cultural analysis of basic rituals of the modern Russian and Chinese urban cultures. The data presented in the articles results from the research carried out by a group of Chinese postgraduates under the guidance of professor G.G. Slyshkin. In the second article funeral is viewed as a communicative custom and a linguistic cultural concept.

Key words:
funeral, ritual, linguistic culture, communication, concept, genre.

Об авторах:

Лю Сун —
аспирант Волгоградского
государственного педагогического
университета (КНР, г. Чанчунь)

Слышкин Геннадий Геннадьевич —
доктор филологических наук, профессор,
зам. директора по научной работе
Волгоградского филиала
Российского государственного
торгово-экономического университета
ggs1@yandex.ru, тел. 8(8442) 33-28-57

Наиболее значимым историческим фактором, повлиявшим на различие китайской и русской погребальных коммуникативных практик и концептов «похороны», стало наличие целенаправленного воздействия на китайский погребальный ритуал со стороны властных институтов в рамках официального дискурса и отсутствие подобного воздействия в русской лингвокультуре. Если российские политики не считают необходимым вмешиваться в практику проведения погребений, то в речах китайских лидеров регулярно звучат призывы к кремации, что связано с дефицитом земельных ресурсов. Так, в выступлении Мао Цзэ-дуна 27 апреля 1956 г. были следующие строки:

积极地、有步骤地实行火葬，改革土葬，节约殡葬用地，革除丧葬陋习，提倡文明节俭办丧事。所有的人死后都要火化，只留骨灰，不留遗体，并且不建坟墓 (Активно совершайте шаг к кремации, преобразуйте погребение, рациональнее используйте земельные ресурсы, отучитесь от дурного обычая похорон, агитируйте за совершение кремации! Кремируйте тела, оставляй прах, не устраивай могилу!).

Именно поэтому в Китае в большей степени, чем в России, наблюдается отход от традиционных погребальных практик, а в структуре концепта «похороны» настолько сильна ассоциация с огнем.

В погребальной коммуникации находят вербальное и невербальное воплощение важнейшие ценности социума. В русской и китайской городских культурах погребальная коммуникация носит в основном вербальный характер и реализуется в ритуальных жанрах, которые бывают как устными, так и письменными.

Можно выделить следующие устные погребальные жанры, присутствующие в обеих культурах:

1) выражение сочувствия близким покойного. В русской коммуникации: *Сожалею!; Сочувствую!; Лучших Бог забирает первыми*. В китайской коммуникации: 人死不能复生, 不要过于伤心 (Цин бу яо го фэнь бэй шан, цзе ай шунь бян — Не горюйте, человек уже ушел);

2) выражение сожаления, адресованное усопшему: Вечная тебе (Вам) память!; Память о тебе (Вас) сохранится навсегда в наших сердцах!; Пусть земля будет тебе (Вам) пухом!; 您将永垂不朽 (Нинь цзян юн чуй бу сю — Вечная вам память);

3) молитва за усопших:

а) в момент смерти священник, отпустивший умирающему грехи, читает молитвы и, причащая, произносит: *«Причащается раб Божий (такой-то) Честного и Святого Тела и Крове Господа и Бога и Спаса нашего Иисуса Христа, во оставление грехов и в Жизнь Вечную»; «Отче Святый, Врачу души и телес...»*. Семь раз произносится *«Господи, помилуй»!* В Китае не существует подобной молитвы;

б) при опускании гроба в могилу: *«Пусть земля тебе будет пухом»; «Упокой, Господи, душу раба Твоего новопреставленного (имя), и прости ему вся согрешения его вольная и невольная и даруй ему Царствие Небесное»*. Священник крестообразно посыпает его землей со словами *«Господня земля и исполнение ее вселенная и вси живущие на ней»*, гроб закрывается крышкой, после чего уже не открывается. Молитву эту можно совершать и перед тем, как приступить к очередному блюду во время поминок.

В ходе традиционного китайского погребения в момент, когда гроб опускали в землю, старший сын или старший наследник мужского пола произносил молитву: 今天我们怀着悲痛的心情, 向您告别. 我们永远怀念您. 您的坟墓, 我们会仔细地照料, 清扫, 不让它有一丝一毫地损坏. 在这悲痛的日子里, 惜别了. 您的精神永垂不朽! (*Глубоко опечален тем, что потерял вас. Уже заколочен гроб, и вы навсегда оставили нас. Ваш гроб будет предан погребению, и вскоре на вашей могиле воздвигнут высокий холм. Я сам стану неусыпным его стражем. Какая невыносимая печаль! О чем осмеливаюсь сообщить!*). Этот жанр является устаревшим и не используется в современной городской культуре, поскольку большинство современных китайцев предпочитают кремацию.

Жанры письменной погребальной коммуникации также идентичны в изучаемых городских культурах:

1. Эпитафия: *«Вечная память», «Судьба заставила, расстаться нас навечно, но не померкнет никогда к вам материнская любовь», «Ты ушел из жизни слишком рано. Спи родной. Ты наша боль и рана, память о тебе всегда жива»*. В современном Китае эпитафия используется редко, поскольку наиболее распространенной формой погребения является кремация. В древности 祭文 (цзи вэнь — стихотворные эпитафии) были распространены.

2. Надпись на надгробных памятниках. Русские надгробные надписи имеют различные формы. Например, фото покойного, его имя, фамилия, отчество, дата рождения и смерти (25.03.1957—8.06.2000, или 1957 25 III — 2000 8 VI, или 25.III.1957—8.VI.2000, или 19 $\frac{25}{III}$ 57—20 $\frac{8}{VI}$ 00, или рожд. 25.III.1957 и умер 8.VI.2000). В конце указывается, кем поставлен памятник (*от жены, от мужа и т. д.*). Иногда вместо фото фигурируют различные изображения (цветы, кресты, оружие).

Надгробные надписи в китайской городской лингвокультуре имеют строго фиксированную форму: фото покойного, фамилия и имя, место рождения, время его смерти, время погребения, место погребения, кем поставлен памятник.

3. Надпись на лентах венков. В России на лентах венков обычно пишут: *Дорогому другу (подруге, коллеге, брату, сестре и т. д.) от любящих друзей (родственников, коллег, подруг и т. д.)*. В современном Китае надписи на лен-

тах имеют различную форму в зависимости от отношения к покойному. Можно выделить следующие типы надписей:

- 1) общая: 福寿全归 (*фу шоу цюань гуй* — душа усопшего поселяется в загробном мире);
- 2) для матери: 慈容苑在 (*ци жун вань цзай* — люди вспоминают добрыми словом покойника);
- 3) для брата или сестры: 如折我手 (*жу чжэ во шоу* — брат умер, как будто отсекли мне руку);
- 4) для близкого друга: 人琴已杳 (*жэнь цзинь и яо* — близкий человек ушел от нас);
- 5) для учителя: 桃李含悲 (*тао ли хань бэй* — хороший учитель умер, все огорчаются);
- 6) для молодого человека: 天妒英才 (*тянь ду ин цай* — небо завидует таланту).

Результатом рефлексии носителей языка по поводу погребального ритуала становится лингвокультурный концепт «похороны». В данной работе категория «концепт» рассматривается с позиций аксиологической лингвистики. Лингвокультурный концепт понимается как многомерное ментальное образование, в котором выделяются понятийная, образная и ценностная составляющие при доминировании последней [2]. В исследовании применяется модель разноразмерного языкового воплощения концепта, включающая уровень системного потенциала, уровень субъектного потенциала и уровень текстовой реализации, а также ассоциативная модель концепта, включающая интразону (зону входящих ассоциаций) и экстразону (зону исходящих ассоциаций) [3].

Для изучения **уровня системного потенциала** лингвокультурного концепта «похороны» в работе использованы данные сплошной выборки из 55 толковых, синонимических, этимологических, фразеологических и паремнологических словарей и словарей афоризмов русского и китайского языков. Уровень системного потенциала данного концепта в русском языке формируется синонимическим рядом, доминантой которого является лексема *похороны*. В этот ряд входят следующие единицы: *погребение, захоронение, тризна*. Для названных лексем, апеллирующих к концепту «похороны», характерно отсутствие прозрачной внутренней формы.

Для носителей китайской лингвокультуры внутренняя форма всех лексических обозначений похорон носит прозрачный характер. Лексические единицы включают три основных слогоморфемы: 葬 (*цзан* — хоронить), 喪 (*сан* — хоронить), 殓 (*бинь* — класть в гроб).

Слогоморфема 葬 (*цзан* — хоронить) представляет собой фоноидеографический знак. Его семантическим множителем являются три части: верхняя часть 艹 (*цао* — трава), средняя часть 死 (*си* — смерть), нижняя часть 扌 (*руки*). Нижняя часть данного иероглифа не произносится. Прямое значение определяется как «руки зарывают труп в траву». Данная слогоморфема трактуется следующим образом: «труп заворачивают в циновку, а потом закапывают в землю». В «Словаре современного китайского языка» 葬 (*цзан* — похоронить) определяется как «1. обряд погребения умершего; 2. обряд закапывания умершего в землю».

Слогоморфема 喪 (*сан — хоронить*) в современном китайском языке обозначает смерть, похороны и представляется следующей последовательностью событий: «1) человек умер; 2) выбросить что-нибудь; 3) лишиться кого-то» [4]. Указательный иероглифический знак 喪 (*сан — похоронить*) включает в себя два ключа: 哭 (*ку — плакать*), 亡 (*ван — смерть*). Эти ключи составляют указательный знак. Вместе они указывают на то, что человек умирает, люди горько плачут о нем, чтобы выразить свое сочувствие и тем самым проявить уважение к покойнику.

Слогоморфема 殡 (*бинь — класть в гроб*) представляет собой фоноидеографический знак. Ее семантическим множителем являются две части: левая часть 歹 (*дай — смерть*), правая часть 宾 (*бинь — гость*). Данная слогоморфема трактуется как «период времени, проходящий от момента помещения тела в гроб до момента погребения».

Слогоморфема 葬 (*цзан — хоронить*) отличается большим деривационным потенциалом. Можно выделить следующие семантические типы лексем, образованных с помощью этой слогоморфемы:

1) форма похорон + слогоморфема 葬 (*цзан*): 土葬 (*ту цзан: земля + похоронить = похоронить труп покойника в земле*), 火葬 (*хуо цзан: огонь + похоронить = кремация*);

2) оценка похорон + слогоморфема 葬 (*цзан*): 厚葬 (*хоу цзан: пышность + похоронить = пышные похороны*), 俭葬 (*цзянь цзан: просто + похороны = простые похороны*);

3) социальный статус покойника + слогоморфема 葬 (*цзан*): 国葬 (*го цзан: государство + похоронить = государственные похороны*).

Фразеологическая и паремиологическая интразона русского концепта «похороны» развита слабо. Она включает небольшое количество единиц, обозначающих элементы погребальной церемонии (*похоронная процессия*) и вербализирующих оценку похорон (*похоронить как собаку*).

В китайском языке фразеологическая и паремиологическая интразона изучаемого концепта обширна. Она включает следующие группы:

1) похоронная атмосфера. Данная группа делится на две подгруппы: а) фразеологизмы, имеющие значение «люди горюют на похоронах»: 悲哭不已 (*бэй ку бу и: печаль + плакать + не + кончить = люди громко плачут о смерти покойного на похоронах*); б) фразеологизмы, имеющие значение «люди рыдают на похоронах и не могут говорить»: 心如刀割 (*синь жу дяо гэ: сердце + как нож + резать = у человека горе, как будто ему воткнули нож в сердце*);

2) похоронные обряды. Данная группа включает пять подгрупп: а) оповещение родственников и знакомых близкими усопшего о его смерти: 通知治丧 (*дяо ван чжи сан: попрощаться + покойник + устроить похороны = организовать похороны*); б) ношение траурной белой одежды близкими родственниками покойного во время церемонии: 披麻戴孝 (*пи ма дай сяо: носить + полотно + траур = все участники церемонии одеваются в белое — знак траура*); в) кремирование покойного вместо захоронения тела в целях более рационального использования земельных ресурсов: 发丧火葬 (*фа сан хо цзан: устроить + похороны + кремация = кремация покойного*); г) захоронение праха сотрудниками крематория в мемориальном парке: 骨灰落墓 (*гу хуй ло му: прах + опустить + в могилу + после кремации = после кремации урна с прахом похоронена*

в мемориальном парке города); д) организация похорон родственниками или начальниками покойного: 喪失关怀 (сан ши гуань хуай: похороны + заботиться = начальники покойного заботятся о его похоронах).

3. Погребальные приметы. К их числу относятся:

а) местоположение могилы. В Китае считается, что захоронение следует производить на возвышенности. Наиболее удачным местом для могилы является холм, спускающийся к роще, воде или глубокому ущелью. Могила, находящаяся в таком месте, считается наиболее удобной для покойника. Если покойного похоронят в неудобной могиле, то захоронивших ожидают беды, которые будут у них из-за гнева покойного. Пример: 坟墓必择吉地 (фэнь му би цзэ цзи ди: могила + обязательно + выбрать + хорошее + место = похоронят усопшего достойно и на хорошем месте);

б) погодные условия во время похорон. Если похороны происходят во время дождя и дождь бьет по крышке гроба, то потомки покойника обеднеют: 雨打椁, 辈辈穷 (юй да лин, бэй бэй цюн: дождь + бить + гроб, потомство + бедно = дождь бьет по крышке гроба, потомки усопшего обеднеют);

в) возможность прощания тех или иных родственников с покойником. Согласно древнекитайскому обычаю, золовка не имела права прощаться со своей покойной невесткой. В противном случае семью ожидало разорение: 送妯娌, 会穷 (сун дун си, хуй бэй: прощаться + золовка, будет + бедно = золовке запрещено провожать в последний путь, иначе семья обеднеет). Следует отметить, что в современном Китае данная примета утратила свою актуальность, хотя и фиксируется в паремиологических словарях.

Афористическая интразона русского и китайского концептов «похороны» тематически сходна. Основное различие состоит в том, что в китайской лингвокультуре ее формируют высказывания национальных деятелей, а в русской — иностранцев. В афористическую интразону входят следующие группы:

1) отношение к покойнику: Два чувства разделяют тех, кто проходит проститься с покойным: любовь и злорадство (Э. Севрус); 可怜地生活, 可怜地死去, 可怜地掩埋, 没有人哭泣 (Кэ лянь дэ шэн хуо, кэ лянь дэ си цу, кэ лянь дэ янь май, мэй ю жэнь ку ци — Этот человек бедно жил и бедно умирал, бедно закапывали его в могилу, никто горько не плакал о нем) (Мэй Цзи);

2) цена и размах похорон: Пышность погребальных обрядов не столько увековечивает достоинства мертвых, сколько ублажает тщеславие живых (Ф. Ларошфуко); 举行盛大的葬礼, 与其说是向死者志哀, 不如说是为了满足生者的虚荣 (Цзу син шэн да дэ цзан ли, юй ци шо ши сян си чжэ чжи ай, бу жу шо ши вэй лэ мань цзу шэн чжэ дэ сюй жун — Люди устраивают торжественную погребальную церемонию, впрочем не столько выражая свое сочувствие, сколько удовлетворяя тщеславие родственников покойного (Ла Ло));

3) похороны как часть жизни в социуме, необходимое мероприятие: Неважно, сколько народу пойдет за моим гробом; важно, за чьими гробами еще предстоит идти мне (Януш Васильковский); 人们最看重的是特权, 哪怕是主持葬礼的特权 (Жэнь мэнь чжуй кань чжун дэ ши тэ цуань, на пай ши чжу чи цзан ли дэ тэ цуань — Человек, который дорожит привилегиями, и на похоронах ими руководствуется (Ло Вэйэр)).

В *экстразону* русского и китайского концептов «похороны» входит ассоциация «похоронный → слишком мрачный». Языковые единицы, образующиеся на основе данной ассоциации, сходны: *похоронное настроение, похоронный вид*, 坏心情 (хуай синь цинь — *похоронное настроение*), 愁闷的样子 (чоу мэн дэ ян цзи — *похоронный вид*) и т.п.

Для русского языка характерными являются такие единицы, как *погребать (себя) заживо, хоронить (себя) заживо*, имеющие переносный смысл и связанные с ситуацией лишения человеком самого себя чего-нибудь.

Для китайской лингвокультуры также характерны некоторые фразеологические и паремиологические единицы, лакунарные для русской культуры:

1) похороны → в определенной степени радость: 又办丧事, 又嫁女 (ю бан сан ши, ю цзя ню — *Похороны устроят, свадьбу сыграют*);

2) похороны → расточительство: 多过死人事 (до го си жэнь ши — *Слишком роскошные похороны*).

В китайской коммуникации фразеологизмы и пословицы похоронной тематики довольно часто используются в ситуациях, не связанных непосредственно с похоронами:

1) в разговоре о крепкой дружбе, когда речь ведется о товарищах, работающих вместе на очень опасной работе, которые этой работой тесно связаны и могут погибнуть в один и тот же день, употребляется фраза 出生入死 (чу шэн жу си — *Вместе жили и вместе лягут в одну могилу*). Таким образом, крепкая дружба уподобляется взаимоотношениям супругов, которых хоронят в одной могиле;

2) в качестве очень сильного проклятия используются устойчивые фразы 死无葬身之地 (си ву цан шэнь чжи ди — *После смерти нигде не похоронят его труп*), 无人送终 (ву жэнь сун чжун — *Человек умрет, никто не устроит его похороны*). Согласно китайским традициям, душа человека, которого не похоронили, никогда не найдет покоя, а сам человек в загробной жизни будет прозябать в нищете.

Уровень субъектного потенциала моделируется экспериментальным путем. Для раскрытия субъектного потенциала концепта «похороны» мы провели ассоциативный эксперимент, а также опрос информантов, предполагающий построение дефиниций по предъявленному слову. В каждом эксперименте информантами выступили по 100 жителей русских и 100 жителей китайских городов. При выборе участников соблюдались гендерная и возрастная пропорции. Выделенные среди ответов респондентов группы дефиниций позволяют говорить о том, что понятийная сторона концепта «похороны» в русской и китайской городских лингвокультурах включает следующие элементы:

1) ритуал, производимый после смерти человека (39 % китайских респондентов и 41 % — русских): *Это обряд погребения человека, когда с ним прощаются, а он лежит в гробу, а потом его опускают в землю; 给死人举行的仪式 (гэй си жэнь цзу син дэ и ши — Это обряд, который проводится после смерти человека)*;

2) проводы умершего в иной мир (28 % китайских респондентов и 16 % русских): *Это проводы человека в другой мир; 送亡者去天堂的一种仪式 (Сун ван чжэ цу тянь тан дэ и чжун и ши — проводы человека в другой мир)*;

3) процесс погребения мертвого (10 % китайских респондентов, 15 % русских): *это обряд погребения мертвого человека — когда живые люди закапывают в землю гроб с мертвым человеком*; 埋葬死人的一种仪式 (Май цзан си жень дэ и чжун и ши — ритуал захоронения умершего человека);

4) последнее прощание с умершим (9 % китайских респондентов, 24 % русских): *Это прощание с человеком, которого мы больше никогда не увидим. И этого человека больше не будет с нами*; 对死者最后的道别 (Дуй си чжэ цзуй хоу дэ цзуй нянь — В последний раз люди видят человека, который умер);

5) повод для собрания людей (по 1 % у китайских и русских информантов): *Сбор людей по поводу смерти кого-либо*; 把大家聚在一起的理由 (Ба да цзя цзу цзай и ци дэ ли ю — сбор людей по поводу).

Помимо сходного понимания обряда похорон в русской и китайской культурах имеются и отличительные моменты, которые связаны как с менталитетом народа, так и с особенностями языка, влияющего на форму дефиниций. Так, в 10 % ответов китайских респондентов похороны определяются как панихида (гражданская): 开追悼会 (Кай Цзуй дао хуй — люди устраивают гражданскую панихиду). Еще одним специфическим для китайской лингвокультуры видом определения, данным нашими респондентами, является дефиниция, в которой в роли определяющей части выступает «конец игры»: 游戏的结束 (Ю си дэ цзе су — Игра кончилась) (3 % от всех определений, данных китайскими респондентами). Подобные определения отражают имеющее широкое распространение в китайской культуре сравнение жизни с игрой. Жизнь — это игра, спектакль, в которых каждый человек играет свою роль. Когда игра заканчивается, «актер» уходит со «сцены», то есть человек умирает.

Для русскоязычных респондентов специфичными оказались определения, относящиеся к так называемым квазиопределениям, т.е. определениям, которые, в отличие от правильных дефиниций, раскрывают значение определяемого слова лишь приблизительно, их дали 3 % русскоязычных респондентов: *Когда человек впервые видит похороны, это заставляет его задуматься о смысле жизни, и никто не считает похороны счастливым событием; Летом листья на деревьях / зеленые, сочные, живые / Осенью они становятся желтыми, красными, / потом засыхают и падают на землю. Так и человек — к концу жизни увядает и опускается на землю. Это происходит торжественно, как осень для листочка.*

Концепт «похороны» характеризуется многообразными ассоциативными связями, как в русском, так и в китайском языковом сознании. Общими для изучаемых лингвокультур стали следующие ассоциативные группы:

1) похоронная атмосфера. Подобные ассоциации составили 74 % от всех ответов наших русскоязычных респондентов. Чаще всего (51 % от всех ответов) похороны ассоциируются с *горем*. В китайском сознании похоронная атмосфера присутствует в 51 % ассоциаций и обладает следующими характеристиками: 悲伤 (бэй шан — горе) — 18, 眼泪 (янь лэй — слезы) — 16, 庄重 (чжуан чжун — торжественный) — 11, 忧郁 (ю юй — грусть) — 8, 默哀 (мо ай — скорбь) — 1 %;

2) похоронные атрибуты. Самой частотной ассоциацией из числа подобных является 棺材 (*гуань цай* — *гроб*) (в 33 % случаев всех ответов носителей китайской лингвокультуры и 19 % — русской);

3) похоронная одежда. Среди ответов наших респондентов у 7 % носителей китайской лингвокультуры и 2 % — русской присутствовали ассоциации, связанные с траурной одеждой 丧服 (*сан фу* — *траурная одежда*) и 哀悼 (*ай дао*, *печаль* + *память* = *траур*) белого цвета в Китае и черного — в России;

Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие ассоциации:

1) способ захоронения: 7 % всех ответов китайских респондентов похороны связывались с кремацией 火葬场 (*хоу цзан чан* — *крематорий*), поскольку именно такой способ захоронения усопших применяется в современном Китае и регулируется государственной политикой;

2) участники похорон: 亲属 (*цинь шу* — *родственники*), 很多人 (*хэнь доу жэнь* — *очень* + *много* + *людей* = *прочие участники, не родственники*) (4 %). Для китайцев является очень важным, кто принимал участие в похоронной процессии, и сколько людей пришло проводить умершего в последний путь.

Концепт «похороны» неразрывно связывается с поминками, которые представляют собой угощение в память об умершем. Концепт «поминки», входящий в «похороны», также характеризуется определенными ассоциативными связями. Можно выделить следующие группы:

1) поминальная атмосфера. В отличие от других видов застолья (свадебного, юбилейного и т.п.), поминки характеризуются своеобразной атмосферой, предполагающей отсутствие шума и радости, характерных для прочих застолий. В связи с этим среди ответов-ассоциаций китайских респондентов присутствуют 痛苦 (*ту ку*, *боль* + *горько* = *горе*) (16 % от всех ассоциаций), 心情不好 (*синь цинь бу хао*, *настроение* + *плохое* = *плохое настроение*) (2 %). У русскоязычных респондентов также отличаются ассоциации с *горем* (12 %) и *грустью* (5 %);

2) количество и состав участников: *много людей* у русскоязычных информантов (7 %) и 很多人 (*хэнь доу жэнь* — *очень* + *много* + *человек* = *многие люди*) у китайских респондентов (7 %);

3) действия участников: *есть* (*кушать*) у русскоязычных респондентов (4%) и 吃饭 (*чи фань* — *кушать*), 喝酒 (*хэ цзо* — *пить водку*) у китайских респондентов (26 %).

Специфичные для русской лингвокультуры ассоциации:

1) блюда для поминания (23 %): *водка* (10 %), *кутья* (5 %), *кисель*. Поскольку китайские поминальные блюда не отличаются ничем специфическим от блюд, подаваемых на различных торжествах, они не находят места среди ассоциаций, связанных с поминками;

2) время поминовения (4 %): *9 дней*, *40 дней*. Согласно православной вере, душа покойного до 9 дней находится рядом с его оставшимися в живых родственниками и до 40 дней — на земле, до того, как она отправится на небо. Именно поэтому близкие покойного собираются в эти дни, чтобы помянуть его.

Специфичные для китайской лингвокультуры ассоциации:

1) ненужность мероприятия (7 %): 烦 (*фань* — *надоело*);

2) возможность общения. В 10 % ответов китайских респондентов поминки связывались с возможностью общения 交际 (цзяо цзи — для общения). В китайской культуре похороны — это вид социальной деятельности, которая, как и любая другая, способствует общению. Во время поминального обеда происходит завязывание новых знакомств, налаживание контактов.

Для исследования *уровня текстовой реализации* концепта «похороны» нами были использованы компьютерные базы данных, содержащие тексты тридцати четырех китайских и тридцати двух русских газет.

Анализ материала свидетельствует о том, что в обеих лингвокультурах концепт «похороны» реализуется довольно активно, доказательством чему является высокая частотность лексических обозначений исследуемого концепта. Частотность русских обозначений в рассмотренных нами газетах составляет 2128 единиц, китайские лексические обозначения имеют более высокую частотность — 3092 единицы.

Рассмотрим сочетаемость китайских и русских лексических единиц с эпитетами. Все полученные в процессе исследования эпитеты можно разделить на следующие семантические группы:

1) эпитеты, характеризующие степень богатства похорон и их атмосферу: 大葬 (да цзан — торжественные похороны) (101), 厚葬 (хоу цзан — пышные похороны) (79), пышные похороны (8), царские похороны (6), роскошные похороны (3);

2) эпитет «церемониальный»: 葬式 (цзан ши — церемониальное погребение) (147), церемониальное погребение (67);

3) эпитеты, уточняющие форму похорон: 火葬 (ху цзан — огонь + похоронить = огненные похороны — кремация) (79), 天葬 (тянь цзан — небо + похоронить = небесные похороны, т.е. склевывание тела птицами) (1);

4) эпитеты, определяющие характер похорон: 国葬 (го цзан — государственные похороны) (92), 个人的葬礼 (гэ жэнь дэ цзан ли — индивидуальные похороны) (1), христианское погребение (6), всенародное погребение (3), военное погребение (2) и т.п.;

5) эпитеты, содержащие оценку похорон: 薄葬 (бо цзан — простые похороны) (80), 传统的葬礼 (чуань тун дэ цзан ли — традиционные похороны) (5), 悲伤的葬礼 (бэй шан дэ цзан ли — грустные похороны) (2), 不寻常的葬礼 (бу сюнь чан дэ — необычные похороны) (2), 体面的葬礼 (ти мянь дэ цзан ли — приличные похороны) (1), 秘密的葬礼 (ми ми дэ цзан ли — тайные похороны) (1), достойное погребение (12), традиционное погребение (5), обычное погребение (4), приличные похороны (3), красивое погребение (2), необычное погребение (1), тайное погребение (1);

6) эпитеты, подчеркивающие социальный статус покойного: 太后的葬礼 (тай хоу дэ цзан ли — похороны матери императора) (8), 院长的葬礼 (юань чжан дэ цзан ли — похороны начальника) (3), 帝王的葬礼 (ди ван дэ цзан ли — императорские похороны) (1), 教授的葬礼 (цзяо шоу дэ цзан ли — профессорские похороны) (1), царское погребение (13), царские похороны (9), императорские похороны (6), королевские похороны (4);

7) эпитеты, указывающие на время проведения погребения, его длительность: 古代的葬礼 (гу дай дэ цзан ли — древнее погребение) (1), древнее погребение

бение (3), довоенное погребение (1), последующее погребение (1), преждевременные похороны (1);

8) эпитеты, дающие национальную идентификацию ритуала: 民族的葬礼 (минь су дэцзан ли — национальные похороны) (1), всесоюзные похороны (1), национальные похороны (1), скандинавское погребение (1), скифское погребение (1).

Подведем некоторые итоги:

1. Наиболее значимым историческим фактором, повлиявшим на различие китайской и русской городских погребальных коммуникативных практик и концептов «похороны», стало наличие целенаправленного воздействия на китайский погребальный ритуал со стороны властных институтов в рамках официального дискурса и отсутствие подобного воздействия в русской лингвокультуре.

2. Основные жанры русской и китайской городской погребальной коммуникации сходны. К устным жанрам относятся: 1) выражение сочувствия близким покойного; 2) выражение сожаления, адресованное усопшему; 3) молитва за усопшего. Письменными погребальными жанрами являются: 1) эпитафия (в современной китайской коммуникации представлена слабо); 2) надписи на надгробных памятниках (разнообразны в русской лингвокультуре, строго клишированы в китайской); 3) надписи на лентах венков (более разнообразны в китайской лингвокультуре).

3. На уровне системного потенциала лексическая интразона русского концепта «похороны» значительно меньше, чем китайского, поскольку для русских лексем, апеллирующих к концепту «похороны», характерно отсутствие явной внутренней формы. Лексическая интразона китайского концепта «похороны» включает следующие элементы: 1) форма похорон; 2) оценка похорон; 3) социальный статус покойника.

4. Фразеологическая и паремиологическая интразона русского концепта «похороны» развита слабо. Она включает небольшое количество единиц, обозначающих элементы погребальной церемонии и вербализирующих оценку похорон. В китайском языке фразеологическая и паремиологическая интразона изучаемого концепта обширна. Она включает следующие группы: 1) похоронная атмосфера; 2) похоронные обряды; 3) погребальные приметы.

5. В экстразону русского и китайского концептов «похороны» входит общая ассоциация «похоронный → слишком мрачный». Для китайской лингвокультуры также характерны ассоциации, лакунарные для русской: 1) похороны → в определенной степени радость; 2) похороны → расточительство; 3) похороны → крепкая дружба; 4) похороны → проклятие.

6. На уровне субъектного потенциала понятийная сторона концепта «похороны» представлена следующим образом: 1) ритуал, производимый после смерти человека; 2) проводы умершего в иной мир; 3) процесс погребения мертвого; 4) последнее прощание с умершим; 5) повод для собрания людей. Уникальными для китайской лингвокультуры являются следующие определения похорон: 1) гражданская панихида; 2) «конец игры».

7. Текстовая реализация концепта «похороны» представлена сочетаемостью китайских и русских лексических единиц, обозначающих похороны, с эпитетами. Данные эпитеты сходны в русской и китайской лингвокультурах и делятся на следующие семантические группы: 1) характеризующие степень богатства похорон и их атмосферу; 2) характеризующие церемониальную

сторону похорон; 3) уточняющие форму похорон; 4) определяющие характер похорон; 5) содержащие оценку похорон; 6) подчеркивающие социальный статус покойного; 7) указывающие на время проведения погребения, его длительность; 8) дающие национальную идентификацию ритуала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Белоусова Е.А. Представления и верования, связанные с рождением ребенка: современная городская культура : автореф. ...канд. культурологи. М., 1999.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.
3. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград : Перемена, 2004.
4. 新华字典. — 商务印书馆, 1998.

© Лю Сун, Слышкин Г.Г., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

УДК 51-72:530.145

Э.В. Искренко, Д.И. Искренко

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В УПРАВЛЕНИИ ИНФРАСТРУКТУРНЫМИ ОБЪЕКТАМИ ЭКОНОМИКИ ГОРОДА

Обоснована необходимость и целесообразность реализации инвестиционных проектов в инфраструктурных отраслях городского хозяйства, традиционно испытывающих недостаток финансовых средств, на принципах государственно-частного партнерства. Выделены основные формы государственно-частного партнерства. Определены приоритетные инвестиционные проекты, которые могут быть эффективно реализованы в рамках партнерства государства и частного бизнеса при строительстве или реконструкции инфраструктурных объектов.

Ключевые слова: инфраструктурные отрасли экономики, государственно-частное партнерство, распределение рисков, повышение эффективности управления.

E.V. Iskrenko, D.I. Iskrenko

OPERATION OF INFRASTRUCTURE UNDER PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP IN URBAN ECONOMY

The authors prove the necessity and expediency of investment projects' implementation in infrastructure under Public Private Partnership, since these sectors don't have enough financial resources to operate properly. The principal forms of the public-private partnership are distinguished. The prior investment projects which can be implemented under Public Private Partnership are defined in construction or rehabilitation of infrastructure.

Key words: infrastructure, public-private partnership, risk allocation, managerial efficiency increase.

Об авторах:

Искренко Эма Владимировна – д-р экон. наук, проф. Университета Св. Георгия, Лондон,

Искренко Дмитрий Игоревич – канд. экон. наук, Волгоградский филиал ЗАО «Райфаззенбанк»
jot@yandex.ru, (844-2) 36-87-39

Важной функцией городского хозяйства в современной рыночной экономике является обеспечение оптимальной деятельности предприятий и отраслей, являющихся малорентабельными, традиционно не представляющими интереса для частного капитала, но при этом определяющих общие условия воспроизводства. Сюда относится экономическая инфраструктура, обеспечивающая создание общих условий производства, непосредственно, технологически связывающая производство продукта и его производительное потребление, недостаточное развитие которой отрицательно сказывается на всей экономике города¹.

В современных условиях развитие инфраструктурных отраслей приобретает стратегический характер, поскольку обеспечивает целостность и эффективность всей экономической системы города, региона, страны. Однако недостаток бюджетных средств, усугубленный последствиями финансового кризиса, не позволяет осуществлять управление объектами инфраструктуры должным образом. В связи с этим у государственных структур возникает необходимость поиска дополнительных форм сотрудничества с частным бизнесом в виде новых инструментов привлечения капитала в инфраструктурные отрасли.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) представляет собой экономическое, организационное и институциональное взаимодействие государства и бизнеса, основной целью которого является мобилизация финансовых ресурсов для реализации общественно значимых инвестиционных проектов в различных секторах экономики.

Мировая практика свидетельствует о многообразии форм участия частного бизнеса в управлении государственной собственностью (табл. 1).

Механизм ГЧП обеспечивает реализацию интересов сторон:

государства (как агента общества), для которого это способ привлечения финансовых, интеллектуальных, организационно-управленческих ресурсов частного бизнеса с целью повышения эффективности функционирования общественной собственности, которой по поручению общества распоряжается государство; высвобождаемые средства государственного бюджета направляются на решение социально-экономических проблем при одновременном

развитии институтов рынка, частной собственности, предпринимательской инициативы [1];

бизнеса, для которого, во-первых, это способ получения надежной прибыли на объектах государственной собственности или на оказании общественных услуг; во-вторых, возможность освоения новых, ранее недоступных сфер деятельности;²

граждан — потребителей общественных услуг, имеющих возможность получать их на конкурентных условиях, с меньшими издержками, лучшим качеством, более высоким уровнем обслуживания; граждан — работников государственно-частных предприятий, получающих большее материальное вознаграждение и социальные блага вследствие повышения эффективности их функционирования.

Табл. 1. Основные формы государственно-частного партнерства

Форма организации	Правовая форма институции	Содержание
Совместное предприятие (СП)	Учредительный договор	Совместное предпринимательство (создание долевой собственности государства и частного инвестора в рамках СП для совместного производства товаров или услуг)
Трастовая компания	Договор доверительного управления	Трастовое (доверительное) управление (передача объектов госсобственности управляющему без перехода права собственности)
Арендное предприятие	Договор аренды	Аренда (передача государственного имущества во временное владение и (или) пользование)
Управление госпредприятием на договорной основе с взаимными обязательствами	Контракт функционирования	Передача функций управления госпредприятием его администрации (коллективу предприятия)
Управление предприятием за вознаграждение	Контракт управления	Передача функций управления имуществом государства частному лицу
Государственный подряд на конкурсной основе	Договор подряда на выполнение работ, оказание услуг	Выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд на средства бюджета
Концессионное предприятие	Концессионный договор, сопутствующие соглашения и лицензии	Концессия (уступка государством объектов и прав государственной собственности для ведения частного предпринимательства)

Реализация ГЧП, способствуя формированию предпосылок взаимовыгодного сотрудничества государства и бизнеса, имеет как преимущества, так и недостатки (табл. 2).

Вместе с тем с точки зрения решения социально-экономических задач мировая практика не выработала пока более эффективного метода объедине-

ния государственных и частных интересов. Важным преимуществом ГЧП по сравнению с традиционными инструментами финансирования является возможность оптимального распределения хозяйственных рисков между участвующими субъектами — переноса рисков финансирования объектов инфраструктуры или видов деятельности на частного инвестора [2, 3]. Основные виды хозяйственных рисков проектов государственно-частного партнерства представлены в табл. 3.

Табл. 2. Преимущества и недостатки ГЧП

Преимущества	Недостатки
Конкурентные процедуры отбора частных компаний	Усложненный порядок реализации
Повышение прозрачности бизнеса	Высокие транзакционные издержки
Адекватное распределение рисков между участниками	Стоимость заимствований превышает стоимость государственного финансирования
Учет баланса интересов всех участников	Опыт управления объектами инфраструктуры не всегда достаточен
Использование эффективных и инновационных подходов частного сектора в управлении госсобственностью	Риски формирования структуры корпоративного управления
Распределение рисков между участниками проекта	Неоднозначные отношения общественности

При этом также снижаются возможные социальные риски, поскольку администрация города может заменить компанию-оператора при наличии фактов несоответствия установленных в договоре фактических показателей функционирования.

Табл. 3. Классификация хозяйственных рисков субъектов ГЧП

Хозяйственные риски	Основные характеристики
1. Организационный	Обусловлен недостатками работы организации
2. Коммерческий	Неполучение (недополучение) выручки
3. Ресурсный	Нехватка рабочей силы, материалов, продукции, срыв поставок
4. Инновационный	Связан с недостатком финансирования и /или несвоевременным применением научно-технических новшеств
5. Финансовый	а) валютный; вызывается изменением валютных курсов; б) процентный; инспирирован изменением процентных ставок по кредитам и займам; невозможностью выплаты кредита в срок
6. Инвестиционный	а) коммерческий: проявляется только на уровне отдельного предприятия или проекта и связаны со специфическими особенностями конкретного проекта, компании или коммерческой деятельности; б) некоммерческий: связаны с внешними по отношению к инвестору условиями инвестирования и влияет в равной степени на все инвестиционные проекты в стране. Может быть общестрановым, региональным или отраслевым (распространяет свое влияние на все проекты, осуществляемые соответственно в регионе или в отрасли)
7. Форс-мажорный	Связан с наступлением непредвиденных, труднопрогнозируемых событий

Положительный эффект от участия государства в финансировании инфраструктурных отраслей, как показывает опыт ряда стран, проявляется в

корреляции роста производительности труда и государственных инвестиций (рис. 1) [4, 5].

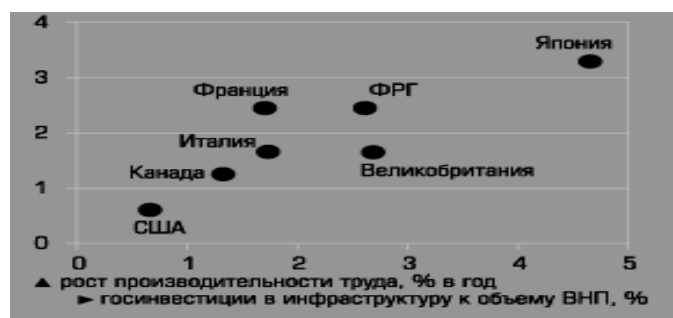


Рис. 1. Влияние государственных инвестиций на производительность труда

Рисунок иллюстрирует четкую зависимость между ростом показателя производительности труда и государственных инвестиций в объекты инфраструктуры в странах с развитой рыночной экономикой, что подтверждается и практикой ГЧП в последние десятилетия.

Использование инструментов ГЧП имеет место как в промышленно наиболее развитых странах, так и в государствах с переходной экономикой, а также в развивающихся странах. Примерами такого использования являются: строительство аэропортов в Египте, Греции, Канаде и США; строительство и эксплуатация магистральных железных дорог, портов и портовых сооружений, телекоммуникационной инфраструктуры, автострад в Мексике, Южной Корее и Вьетнаме; управление водоснабжением и железными дорогами в Аргентине и Чили; строительство электростанций в Индии, Турции, Таиланде, Вьетнаме; управление учреждениями культуры в Японии [6, 7].

Финансовая поддержка подобных проектов осуществляется в рамках так называемой Инициативы Частного Финансирования (ИЧФ)³, первоначально разработанной и опробованной в Австралии и Великобритании, как на национальном, так и на местном уровне. Эта схема предполагает участие в каждом конкретном проекте как центральных, так и местных органов власти. Одной из главнейших задач последних является подбор соответствующей компании, способной обеспечить надлежащий уровень реализации проекта.⁴

Принятая к реализации первоначально правительством Австралии в конце 1980-х гг., данная финансовая схема была осуществлена в проектах по строительству дорог и железнодорожных путей.

В 1992 г. дискуссии по ее воплощению велись в Британском Парламенте между правительством консерваторов, находящихся в то время у власти, и оппозиционной партией лейбористов.⁵ Именно с этого момента берет начало период реализации ГЧП на основе Инициативы Частного Финансирования, который осуществляется до сегодняшнего времени.

Проекты ГЧП с использованием Инициативы Частного Финансирования применялись в городах Франции, Финляндии, Индии, Ирландии, Израиля, Японии, Малайзии, Нидерландов, Норвегии, Португалии, Сингапура, США, Чешской республики как часть широкомасштабных программ приватизации и дерегуляции.⁶

Сегодня в крупных городах Британии проекты ГЧП осуществляются по направлениям, представленным в табл. 4. Как видно из представленных в таблице данных, проекты ГЧП в Великобритании в основном охватывают социальную инфраструктуру — прежде всего учреждения здравоохранения и образования.

Текущий финансовый кризис естественно осложнил реализацию всех финансовых инициатив в связи с уменьшением источников частного капитала. Тем не менее, ИЧФ остается основным методом финансирования британским правительством общественно значимых проектов на национальном и локальном уровне.

Табл. 4. Реализованные в рамках ГЧП проекты в Великобритании

Город	Название проекта	Объем финансирования (млн. фунтов)	Ответственный орган власти	Сектор экономики
Ковентри	Больничный комплекс	410	Управление здравоохранения Ковентри и Траст НХС7 графства Уорвик	Здравоохранение
Херфордшир	Высшая Школа Уайткросс	18	Совет муниципалитета Херфордшира	Образование
Кент	Штаб квартира Полиции Мидуэя	30	Полиция Кента	Охрана общественного порядка
Кент	Госпиталь Принцесс Ройал	— ⁸	Траст НХС г. Бромли	Здравоохранение
Лидс	Исследовательский центр госпиталя Сикрофт	47	Траст НХС Центра психического здоровья г. Лидса	Здравоохранение
Лондон	Госпиталь Королевы Елизаветы	—	Траст госпиталя Королевы Елизаветы	Здравоохранение
Лондон	Национальная физическая лаборатория	—	Центральное Правительство	Госсектор
Уочестер	Королевский госпиталь Уочестера	95	Траст НХС	Здравоохранение
Шотландия	Скай Бридж — мост	93	Транспортный департамент Министерства Шотландии	Транспорт
Северная Ирландия	Высшая школа г. Балморал	17	Комитет по образованию г. Белфаст	Образование
Берлин	Британское Посольство	—	Министерство иностранных дел	Госсектор

В современной России становление государственно-частного партнерства можно отнести к 90-м годам XX в. Этот период характеризуется переосмыслением всего исторического опыта, выявлением на его основе и с учетом мировой практики отраслей экономики, в которых использование ГЧП могло бы привести к повышению эффективности управления государственным имуществом, и попыткой разработки законодательной базы для осуществления такой деятельности.

Попытки распространения ГЧП в основном относились к ЖКХ (водоснабжение и канализация) и транспортной инфраструктуре, поскольку именно данные отрасли традиционно испытывают наибольшую потребность в привлечении финансирования. Основной причиной незавершенности этих проектов в то время являлось отсутствие законодательства, регулирующего отношения государства и частных инвесторов. Благодаря принятию в 2005 г. федерального закона «О концессионных соглашениях» частные инвесторы (как отечественные, так и иностранные) получили возможность участия в крупных инфраструктурных проектах в различных секторах экономики. Одним из примеров успешно реализованных проектов на основе ГЧП стало строительство и эксплуатация канализационных очистных сооружений в московском микрорайоне Южное Бутово, где было установлено современное технологическое оборудование. Эксплуатирует сооружение, совместно с фирмой-оператором, предприятие МГУП «Мосводоканал» [8].

Существенным шагом в развитии ГЧП стала разработанная в Министерстве транспорта РФ долгосрочная стратегия развития транспорта Российской Федерации (далее — Стратегия) на основе ГЧП на период до 2010 г.⁹

Основные задачи, решаемые в рамках предлагаемой Стратегии:

повышение эффективности системы товародвижения по территории страны.

интеграция России в мировую экономику посредством активного выхода на новые международные рынки и увеличение экспорта транспортных услуг.

повышение уровня доступности транспортных услуг для населения.

В качестве наиболее перспективных для реализации на основе концессионных отношений в Стратегии выделены проекты, охватывающие строительство и модернизацию автомобильных, железнодорожных, воздушных, водных транспортных путей, сопровождающихся созданием терминально-логистических комплексов.

Важной составляющей Стратегии являются проекты, позволяющие существенным образом усовершенствовать транспортную структуру крупных городов России. Основные проекты по развитию системы аэропортов, предполагаемые к реализации на воздушном транспорте, — формирование опорной сети аэропортов федерального значения (крупных пересадочных узлов и региональных аэропортов); модернизация объектов авиатранспортной (наземной) инфраструктуры, внедрение современных технологий и новых типов наземной техники; модернизация технического обеспечения воздушных трасс, районов аэродромов, формирование укрупненных центров организации воздушного движения, охватывающих федеральные округа и регионы (см. табл. 5).

Другой важнейшей для городов РФ задачей, предполагаемой к реализации в рамках стратегии является дорожное хозяйство, на финансирование которого должно быть направлено не менее 2,5 % ВВП.

Реализация Стратегии предполагает изменение соотношения бюджетных и внебюджетных инвестиций в пользу последних. Если в 2004 г. объем бюджетного финансирования (федеральный бюджет, бюджеты субъектов Российской Федерации) составлял около 56 % общего объема финансирования (доля федерального бюджета — 29 %). В 2010 г. доля федерального бюджета, с учетом Инвестиционного фонда, может быть сокращена до 17...18 %, при

сохранении суммарного объема финансирования из федерального бюджета на уровне 1,0 % ВВП (323 млрд р.) [9].

Табл. 5. Развитие системы аэропортов в рамках долгосрочной Стратегии развития транспорта РФ

Федеральные округа	Система аэропортов		
	Авиаузлы	Региональные	
		Федерального значения	Местного значения
Центральный	Московский		
Северо-Западный	Пулково (Санкт-Петербург)	Калининград; Архангельск; Мурманск	
Поволжский		Ульяновск	
Сибирский	Емельяново (Красноярск); Толмачево (Новосибирск); Кольцово (Екатеринбург)	Томск; Иркутск; Улан-Удэ; Пермь; Хатанга	Курган; Нерюнгри
Южный	Пашковский (Краснодар); Минеральные воды; Ставрополь	Минеральные воды; Ростов-на-Дону; Владикавказ; Астрахань	Геленджик
Дальневосточный	Хабаровск; Якутск		

Для обеспечения реализации мероприятий Стратегии предполагается мобилизовать все возможные источники инвестиционных средств, в том числе средства Инвестиционного фонда (созданного правительством РФ в 2005 г. для финансирования инфраструктурных проектов), частные заемные средства, включая внутренние и внешние займы, а также средства частных инвесторов (рис. 2).

Строительство платных автомобильных дорог будет осуществляться с привлечением внебюджетных источников финансирования с возвратом вложенных средств за счет взимания платы за проезд. Механизм мобилизации источников финансирования строительства и модернизации транспортных инфраструктурных объектов может быть использован и в других инфраструктурных отраслях.

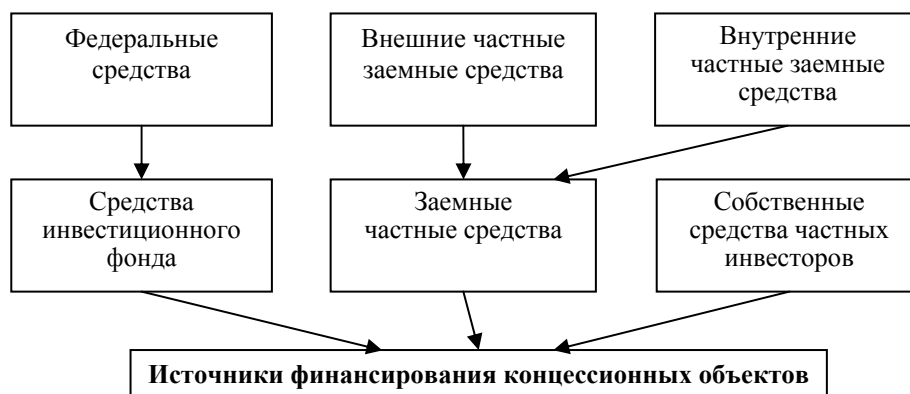


Рис. 2. Мобилизация источников финансирования концессионных объектов в транспортной инфраструктуре

Таким образом, существенным преимуществом субъектов-участников ГЧП является возможность диверсификации и комбинирования источников финансирования инфраструктурных проектов.¹⁰

Очевидно, что наступивший финансовый кризис внесет существенные коррективы в реализацию стратегии. Однако даже в этих сложных инвестиционных условиях Минтранс России в июле 2009 г. подписано два договора о концессиях, предполагающих строительство платных дорог Москва — Санкт-Петербург и Москва — Минск¹¹ [10].

Таким образом, хозяйственная практика предопределяет необходимость и целесообразность разработки и практического осуществления инвестиционных проектов, направленных на создание и модернизацию объектов социально-экономической инфраструктуры на принципах ГЧП. Экономическая специфика ГЧП гарантирует распределение и эффективное управление рисками, возникающими в процессе реализации инвестиционных проектов, обеспечивая частному инвестору стабильный доход и окупаемость инвестиций, а местным органам власти — снижение расходов на обслуживание данных объектов. Другим преимуществом ГЧП является возможность использования современных технологий, оборудования, управленческого опыта, реализации социальной ответственности бизнеса для решения важнейших социально-экономических задач.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Варнавский, В.Г. Государственно-частное партнерство в Европе / В.Г. Варнавский // Современная Европа. 2005. № 2. С. 63.
2. Public Investment and Fiscal Policy—Summaries of the Pilot Country Studies // International Monetary Fund. 2005. April. Mode of access: <http://www.imf.org>.
3. Широких О. Некоммерческие инвестиционные риски и программа гарантий Всемирного банка // Инвестиции в России. 2001. № 1. С. 22—23.
4. Официальный сайт журнала «Эксперт». <http://www.expert.ru>.
5. Официальный сайт «PricewaterhouseCoopers». www.pwc.com.
6. Public Investment and Fiscal Policy—Summaries of the Pilot Country Studies // International Monetary Fund. 2005. April. P. 10—15; 17—19. www.imf.org.
7. Некрасов, Д. Международный опыт законодательного регулирования концессионных отношений // Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом : сб. науч. материалов. М. : Аналитический центр «Эксперт», 2002. С. 70—72; <http://www.izvestia.kz/news.php?date=30-05-08&number=3>.
8. Официальный сайт МГУП «Мосводоканал». <http://www.mosvodokanal.ru/index.php?do=cat&category=ochist>.
9. Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации. <http://www.mintrans.ru>.
10. Секрет фирмы // Технологии успешного бизнеса. 2009. № 8. С.14.

¹ К отраслям инфраструктуры традиционно относят: транспорт; связь; энергетическое хозяйство; строительство дорог, каналов, портов, мостов, аэродромов, складов; водоснабжение; канализацию; системы наружного освещения; благоустройство населенных пунктов; индустрию досуга и туризма; образование; здравоохранение; системы безопасности и правосудия и т.д. См. Рогинко С. Концессия как форма привлечения инвестиций в развивающиеся страны // Концессия. Об эффективном договоре между государством и бизнесом : сб. науч. материалов. М. : Аналитический центр «Эксперт», 2002. С. 79.

² ГЧП открывает для частного бизнеса обширные рынки и масштабные инвестиционные проекты. Так, по оценкам ведущего научного сотрудника ИМЭМО РАН В. Варнавского, на долю отраслей производственной и социальной инфраструктуры, находящейся под контролем государства развитых стран, приходится до 30 % ВВП.

³ В переводе с английского — The Private Finance Initiative (PFI).

⁴ См.: Private finance initiative. http://en.wikipedia.org/wiki/Private_finance_initiative, 2009.

⁵ Monbiot, G. (September 4, 2007). This Great Free-Market Experiment Is More Like A Corporate Welfare Scheme. The Guardian, <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2007/sep/04/comment.politics>.

⁶ Данные программы осуществлялись в рамках рекомендаций и процедур ВТО, МВФ и Всемирного банка. См. [9].

⁷ NHS — National Healthcare system — Национальная система здравоохранения.

⁸ Данные не представлены.

⁹ Дополнением Стратегии является Подпрограмма «Развитие экспорта транспортных услуг», разработанная на период 2006—2030 гг. См. [9].

¹⁰ Основными критериями, которые учитываются при этом, являются: стоимость финансовых ресурсов, их доступность, текущее финансовое положение предприятия.

¹¹ По условиям договора, строительством трасс будет заниматься консорциум во главе с компаниями Vinci и Eugovía, а управлять платными дорогами будет новая госкорпорация «Автодор».

© Искренко Э.В., Искренко Д.И., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

УДК 316.342.6

О.В. Василенко

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РИСКИ
В СОВРЕМЕННЫХ
РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Изучен феномен потребительского риска. На основе имеющегося научного опыта и данных социологического исследования, проведенного в Волгограде, выделено несколько моделей современных потребительских рисков, показаны особенности современного российского потребительского выбора.

Ключевые слова:
общество риска, потребительский риск, потребительский выбор, модели потребительского риска.

O.V. Vasilenko

**CONSUMER RISKS IN THE
CONTEMPORARY RUSSIA:
SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

In this article author has examined such contemporary phenomenon as consumer risk. Based to scientific experience and the data of own sociological research the author has covered a few models of the contemporary regional consumers' risk.

Key words:
risk society, consumer risk, consumer choice, models of consumer risks.

Об авторе:

Василенко Ольга Викторовна —
канд. социол. наук, ассистент кафедры
социальной работы Волгоградского
государственного медицинского
университета
suevwa@mail.ru, (8442) 46 55 63

В начале XX в. в западных странах начинается эра массового конвейерного производства основных товаров, а к середине — научно-техническая революция, давшая новый резкий толчок развитию производства. На смену недопроизводству и дефициту приходит общество изобилия, в котором вместо вопросов «как произвести?» и «кому распределить?» на первый план выдвинулись вопросы «как продать?» и «что купить?».

Общество потребления повлияло на качественные изменения в хозяйственных структурах и институтах. В результате основные стимулы людей и основные маркеры социальной дифференциации уже стали не сосредоточиваться не вокруг процесса труда и прав собственности на производственные активы, а притягиваться к процессу потребления, где сама идентичность человека все более связывается с потребительскими практиками. Поэтому процессы социализации, адаптации, самореализации, общения идентификации начинают рассматриваться сквозь призму потребления.

Известный американский футуролог Элвин Тоффлер в своей работе «Шок будущего» [1] описывает характерные черты будущего общества потребления, которые проявляются в современном мире:

одноразовость. «Для потребителя дешевле купить новую вещь и после носки выбросить ее, чем, имея обычную одежду, пользоваться услугами химчистки» [1, с. 65];

неустойчивость. «Вместо того чтобы в течение относительно долгого времени быть привязанными к одному предмету, мы на короткие промежутки времени имеем в своем распоряжении предметы, непрерывно вытесняемые другими» [1, с. 66];

временность. «Производитель преднамеренно укорачивает жизнь старого изделия и одновременно выпускает «новую усовершенствованную модель» [1, с. 80], рекламируя ее как последнее достижение передовых технологий.

Таким образом, категории «одноразовость», «неустойчивость» и «временность» в своей совокупности порождают неопределенность мира товаров и услуг, а процесс покупки становится рискованным. Это происходит в результате того, что становление и развитие общества потребления

идет параллельного с формированием так называемого общества риска. В результате в научный и обывательский обиход входит понятие «потребительский риск».

Особую актуальность в этой связи приобретает изучение российских потребительских рисков, которые имеют свою историю становления и, как результат, свои специфические черты.

Основной целью данной статьи является изучение потребительских рисков в современной российской действительности. Для этого нам необходимо решить следующие задачи:

- определить особенность общества риска;
- рассмотреть специфику общества потребления;
- определить основные модели потребительских рисков;
- описать потребительские риски в современных российских условиях.

Для решения поставленных задач, прежде всего, необходимо рассмотреть общество риска как одну из важнейших характеристик общества потребления. В связи с этим возникает вполне логичный вопрос: каковы основные причины возникновения общества риска?

Научно-техническая революция, вмешательство человека в окружающую среду, информатизация были призваны облегчить повседневную жизнь конкретного человека. Но, к сожалению, современные условия не только не облегчают жизнь конкретному человеку, а, попросту говоря, становятся ему неподвластными. Воздействие некоторых факторов, которые, как предполагалось, сделают нашу жизнь более определенной и предсказуемой, привело к обратному эффекту. Факторы неопределенности и риска проникли во все жизненно важные сферы общественной жизни: экономику, политику, социум, — породив понятия «потребительский риск», «социальный риск» и др.

В современной научной литературе существуют два основных направления интерпретации риска как социального феномена. Согласно реалистическому подходу, риск интерпретируется в научных и технических терминах. Базовым компонентом данного подхода является понятие опасности, а также возможность вычислить ее наступление и определить масштаб последствий. С этой точки зрения риск трактуется как объективный познавательный факт, который может быть измерен. Тем не менее человек может сделать ошибку в оценке последствий, а вычисление «объективного риска» зависит от политического и культурного контекста. В результате появляется другое направление изучения рисков — социокультурное, где главный упор делается на социокультурные условия совершения действия.

О.Н. Яницкий в статье «Социология риска: ключевые идеи» выделяет три подхода в социокультурной парадигме [2]:

- 1) культурно-символический, развитый М. Дуглас;
- 2) теорию общества риска Н. Лумана, Э. Гидденса и У. Бека;
- 3) калькулятивную рациональность М. Фуко.

Для достижения поставленной нами цели мы сделаем акцент на рассмотрении сторонников теорий общества риска.

Социологическая теория рисков Н. Лумана напрямую связана с критикой рациональности современного общества [3]. Риск Н. Луман описывает в категории «вторичная нормальность», имея в виду, что современное поведение является нарушением привычного социального порядка. В современном об-

честве, по мнению Лумана, нет поведения, свободного от рисков. Только рациональное поведение, по мнению ученого, застраховано от риска, что не отличает потребительскую сферу. Так, существует много примеров поведения потребителя, которое отличается недостатком рациональности: импульсивные покупки, потребительский выбор, осуществляемый под воздействием пристрастий и привычек.

Восприятие риска и его принятие, по мнению Лумана, является не психологическими, а социальными проблемами: человек поступает в соответствии с ожиданиями, предъявляемыми ему его референтной группой. Часто потребление имеет совместимый характер, но даже в индивидуальном потреблении человек почти непременно соотносит свои действия с действиями представителей определенных социальных групп и локальных сообществ. Потребитель становится объектом пристального внимания и социального контроля со стороны этих групп и сообществ, которые регулируют и масштабы, и формы потребления различных товаров и услуг.

Таким образом, в теории риска Николаса Лумана потребительские риски связаны, во-первых, с отсутствием рационального подхода к практике потребления и в связи с этим невозможностью калькуляции всех последствий, а, во-вторых, с усложнением социальных связей, которые делают наше потребительское поведение зависимым от мнения окружающих.

Известный исследователь рисков У. Бек считает, что риск — это не исключительный случай, и не «побочный продукт» общественной жизни. Риски постоянно производятся обществом, причем это производство легитимное, осуществляется во всех сферах общественной, экономической, политической и социальной жизни. «Создаваемую ими угрозу уже нельзя отнести только к месту их возникновения — предприятия. По своей сути они угрожают жизни на этой планете, причем во всех ее проявлениях» [4, с. 20].

У. Бек выделяет четыре основных типа рисков современного общества: экологические, политические, экономические и социальные. Последние, по его мнению, играют наиболее существенную роль и инициируют специфические свойства современного общества: неравенство, проблему социальной ответственности и доверия, глобализацию. Перед описанием этих характеристик следует оценить роль потребительского поведения. Ведь только через потребление, по мнению У. Бека, человек может уйти от рисков или, наоборот, столкнуться с ними.

Неравенство проявляется в том, что имеющие высокие доходы, власть и образование, по мнению Бека, могут купить себе безопасность и свободу от риска. То есть чем ты богаче, тем больше застрахован от влияния рисков.

Проблема доверия и социальной ответственности берет свое начало в результате прямо пропорционального соотношения физической активности и отсутствия этики и морали. Перед лицом надвигающихся глобальных проблем человечество не ищет их решение совместно, страны и народы сваливают вину друг на друга. Причем эта проблема признается актуальной не только на макроуровне. В общественной пирамиде институты не контролируют действия людей, что порождает безнаказанность, отсутствие ответственности и как результат дезактуализацию категории доверия. Так, реклама создает идеальный образ товара, который завоевывает и закрепляет «доверие» потребителей, что позволяет продолжительное время что-то делать, не

неся персональной ответственности [3, с. 36]. Производители в данном случае действуют как бы заочно. Но затем, когда потребитель сталкивается с некачественным товаром или услугой, доверие к данному производителю падает, и человек вынужден искать нового путеводителя в мир товара, что не только не застраховывает его от риска, но и возвращает на путь поиска, что усиливает неопределенность ситуации, в которой надо осуществить потребительский выбор.

И, наконец, последняя черта — глобализация. Современным рискам свойственна имманентная тенденция к глобализации. Даже там, где риски фигурируют в виде цифр и формул, они остаются связанными с определенной территорией как математический сгусток нарушенных представлений о достойной человека жизни. Таким образом, куда бы человек не пошел, какой бы магазин не выбрал, он нигде не застрахован от потребительского риска.

риски как глобальная угроза представлены и в концепции общества риска социолога Э. Гидденса. По его мнению, риск — это не то же самое, что опасность или угроза. Понятие риска связано с активным анализом опасности с точки зрения будущих последствий. Оно широко используется лишь в обществе, ориентированном на будущее, так как концепция риска предполагает наличие общества, активно пытающегося порвать со своим прошлым. Риск — это динамичная, мобилизующая сила в обществе, стремящемся к переменам, желающем самостоятельно определить свое будущее, а не оставлять его во власти религии, традиций или капризов природы [4, с. 40]. До недавнего времени риск считался способом нормализации и подчинения воле человека. Сегодняшний риск приобретает новое, специфическое значение. Чтобы лучше понять природу рисков в современном обществе, Гидденс выделяет два вида рисков: внешний и внутренний. Внешний риск — это риск, причина которого лежит вне нас самих: она связана с неизменными традициями или законами природы. Другую разновидность назовем рукотворным риском, т.е. риском, связанным с нашим познанием окружающего мира. Разницу между двумя разновидностями риска лучше всего объяснить следующим образом. Можно сказать, что в рамках всех традиционных культур, да и индустриального общества вплоть до самых недавних пор, людей беспокоил риск, связанный с внешней средой: неурожаями, наводнениями, эпидемиями или голодом. Однако в какой-то момент — совсем недавно (по историческим меркам) — нас стало беспокоить не столько то, что может сделать с нами природа, сколько то, что мы можем сделать с ней. Это поворотный момент от преобладания внешнего риска к господству рукотворного [4, с. 43].

Возьмем для примера разногласия из-за генетически измененных продуктов питания трудно найти более наглядное проявление ситуации, когда-то природа кормила и оберегала человека, теперь, в результате вмешательства человека, природа стала таить в себе массу угроз и рисков для человека. Как признает Э. Гидденс, «одна разновидность риска связана с тем, что в среднесрочной или долгосрочной перспективе такие растения могут быть опасны для здоровья» [4, с. 45].

Говоря о потребительских рисках, мы не можем не учесть те факторы, которые влияют на наше потребительское поведение и лежат в основе формирования рискованных моделей, которые будут рассмотрены нами позднее. среди них следующие:

1) культурные факторы (культура, субкультура, общественный класс). В каждой культурной среде существуют особые ценности, нормы, влияющие на потребительский выбор, и правила их институционального оформления. Они отделяют потребление, требующее всяческого одобрения и поощрения, от такой формы потребления, как следование пагубным привычкам и нарушение благопристойности. Причем оценки в сильной степени зависят от конкретных исторических и социальных условий;

2) социальные факторы (социальная роль, статус, группы, семья). Часто потребление имеет совместимый характер, но даже в индивидуальном потреблении человек почти непременно соотносит свои действия с действиями представителей определенных социальных групп и локальных сообществ. Потребитель становится объектом пристального внимания и социального контроля со стороны этих групп и сообществ, которые регулируют и масштаб, и формы потребления различных товаров и услуг;

3) психологические факторы (восприятие, усвоение, мотивация). Мотивация является решающим фактором при выборе потребительского поведения. Восприятие — это процесс, благодаря которому люди отбирают, организуют и интерпретируют информацию, создавая в своем сознании объективную картину окружающего мира. Усвоение является результатом взаимодействия побуждений, раздражителей, факторов среды, ответных реакций и подкрепления.

4) личностный фактор (возраст, род занятий, образ жизни, тип личности). Личностный фактор включает персональные характеристики покупателя: возраст и этапы жизненного цикла, род занятий и экономическое положение, стиль жизни, особенности характера и самооценки.

Теперь нам известна специфика появления потребительских рисков в теориях известных исследователей, определены факторы, влияющие на ежедневные потребительские практики. Но возникает следующий вопрос: в чем специфика российских потребительских рисков?

В 1990-х годах в связи с переходом России к рыночному типу экономики слово «потребитель» имело негативную оценку. Принятие в 1992 г. Закона РФ «О защите прав потребителей» кардинальным образом изменило отношение к потребителю как в научных, так и в обывательских кругах. Но время тотального дефицита, где основная задача человека состояла в том, чтобы «урвать», «достать», а не найти информацию, оценить альтернативы, принять рациональное решение, формирует специфические черты потребительского поведения россиян и, как результат, специфические потребительские риски.

Модели современных потребительских рисков мы основываем на классической схеме потребительского поведения (рис. 1), представленной Ф. Котлером [6, с 251].

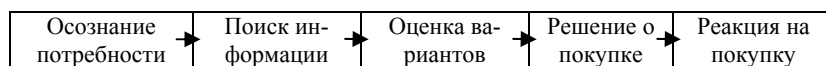


Рис. 1

На ее основе мы выявили четыре модели потребительских рисков, которые возникают на определенном этапе потребительского поведения. Описание моделей базируется на результатах социологического исследования «Потребительское поведение в современных российских условиях», проведенно-

го автором методом анкетирования в мае 2008 г. Опрос проводился среди населения г. Волгограда, где было опрошено 400 человек, с применением маршрутно-квотной выборки.

Первая модель поведения возникает, когда индивид осознал необходимость в совершении потребительского выбора для удовлетворения своей потребности. Теперь ему необходимо собрать информацию, оценить различные варианты покупки и принять решение. Эта модель демонстрирует взаимодействие между потребителем и товаром. Риски в этой сфере взаимодействия возникают в результате, во-первых, отсутствия у российского потребителя культуры потребления, во-вторых, наличия огромного количества информации о товарах и услугах, которые русский человек не привык быстро воспринимать, усваивать и обрабатывать.

Этап поиска информации связан прежде всего с оценкой товара или услуги, которая находится в поле его зрения, но еще не приобретена. Здесь идет речь о внимательном изучении товара, его срока годности, производителя, состава и так далее. Так, по результатам проведенного исследования, волгоградцы, покупая продукты питания: молоко, консервы, мясо, рыбу, овощи и фрукты, а также ликероводочные изделия — обращают свое внимание в основном на дату изготовления, игнорируя такие данные, как срок годности, состав и производитель. Особенно настораживает беспечность покупателей при покупке детского питания. 39 % респондентов обращают внимание на дату изготовления, 21 % — на срок годности, и только 3 % — на состав. В среднем 15 % опрошенных вообще игнорируют информацию на этикетке товара, надеясь на ответственность производителя и продавца, что демонстрирует возникновение риска третьей модели.

Производитель интересует в среднем только 3 % респондентов, что говорит о высокой степени равнодушия современного потребителя к риску.

Вторая модель потребительского риска возникает в результате взаимодействия потребителя и общества. В данном случае имеется в виду активизация общественного фактора, который оказывает сильное влияние на принятие решения о покупке. В схеме 1 было описано обычное потребительское поведение. Для рассмотрения второй модели необходимо ее уточнить. Дополняя представленную выше схему наличием социального фактора, преобразуем ее к приведенному на рис. 2 виду.

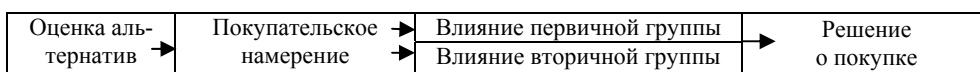


Рис. 2

С одной стороны, общество изобилия дало человеку свободу в выборе товаров и услуг. Ему не надо больше бегать в поисках товара, выстаивать километровые очереди и ездить за границу, чтобы одеться и поесть. С другой стороны, общество потребления диктует свои правила подчинения. Покупатель уже не может просто пойти в магазин, это становится сложным процессом, требующим знания современных общественных тенденций. Человек, потребляя, должен учитывать мнение и выбор других даже при элементарном выборе марки печенья.

По результатам исследования, 46 % респондентов при потреблении товаров и услуг советуются с родственниками и друзьями, 21 % — с семьей и 26 % респондентов предпочитают не советоваться ни с кем, хотя, являясь частью определенной социальной группы или сообщества, они не могут избежать влияния, даже если они его не осознают.

Следующий этап потребительского поведения, после того как потребитель получил информацию, оценил альтернативы, посоветовался с друзьями и принял решение, — это непосредственная покупка товара в магазине. Здесь возникает третья модель потребительских рисков, а именно — риск взаимодействия: потребитель — продавец.

В магазине в результате выбора и покупки товара человек подвергается наибольшему риску, так как возникают проблемы социальной ответственности продавца и потребителя и доверия их друг к другу. В этом случае речь идет о результате покупки, об удовлетворенности приобретенным продуктом. При этом может возникнуть ситуация обнаружения некачественного товара и необходимости демонстрации определенного потребительского поведения: смириться с потерей денег, вернуть товар обратно в магазин или искать правды в суде.

По результатам исследования, у 58 % респондентов время от времени возникает практика покупки некачественного товара. 20 % волгоградцев сталкиваются с этой проблемой постоянно, а для 15 % эта проблема не возникала. Причем при обнаружении некачественного товара 60 % респондентов избавляются от него, выкидывая в мусорный ящик, предпочитая ничего больше не делать. Среди основных причин подобной пассивности были отмечены отсутствие свободного времени и бюрократическая волокита при оформлении жалобы.

25 % относят товар обратно в магазин, причем как респонденты отмечают, администрация меняет товар или возвращает деньги после первого обращения. 15 % обманутых респондентов ищет правды в комитете по защите прав потребителей.

В каких случаях потребители могли бы обратиться в суд, снижая на будущее свои потребительские риски? Полученные данные показывают, что: 55 % респондентов обратятся в суд в результате потери крупной суммы, 35% — в результате «хамства» со стороны персонала магазина и только 5 % — в результате риска здоровью.

Таким образом, теоретический материал и анализ эмпирических данных позволяют сделать следующие выводы о потребительских рисках в современных российских условиях:

региональные российские потребители характеризуются высокой степенью пассивности и безразличия к риску, при покупке самых различных товаров: от детского питания до лекарственных препаратов;

покупатели в российских городах демонстрируют слепое доверие к производителю продукта;

отмечается отсутствие социальной ответственности потребителя перед самим собой и продавца перед обществом;

проявляется отсутствие у большинства респондентов желания отстаивать свое право на качественную покупку;

прослеживается ориентация современного потребителя на экономическую сторону риска, а не свое собственное физиологическое и психологическое здоровье.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Тоффлер Э. Шок будущего : пер. с англ. М. : Изд-во АСТ, 2003. 557 с.
2. Яницкий О.Н. Социология риска: ключевые идеи [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www. sociology.ru/centre/2000ianic.html](http://www.sociology.ru/centre/2000ianic.html).
3. Луман Н. Общество как социальная система / пер с нем. А. Антоновского. М. : Логос, 2004. 232 с.
4. Бек. У. Общество риска: на пути к другому модерну / пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой. М. : Прогресс-тенденция, 2000. 384 с.
5. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь : пер. с англ. М. : Весь мир, 2004. 120 с.
6. Основы маркетинга : пер с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс и др. М. : Изд. дом «Вильямс», 2002. 944 с.

© Василенко О.В., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

УДК 332.87

Г.Т. Акчурин

**ГОРОДСКОЙ
ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫЙ
КОМПЛЕКС В ПЕРИОД
ОСТРОГО БЮДЖЕТНОГО
ДЕФИЦИТА**

Рассмотрены наиболее эффективные методы инвестирования в сферу коммунального хозяйства в период стагнации. Процесс инвестирования в значительной степени скоррелирован автором с антикризисной программной крупного коммунального оператора. Обоснована необходимость глубокой модернизации ЖКХ города, приведен расчет окупаемости проекта, рассмотрены способы отражения облигационных займов в бухгалтерском учете.

Ключевые слова:
инвестирование в сферу коммунального хозяйства, облигационные займы, период окупаемости, модернизация ЖКХ.

G.T. Akchurin

**URBAN HOUSING
AND-MUNICIPAL COMPLEX
IN SHARP BUDGET GAP**

The author examines the most effective methods of investment in sphere of municipal services during the period of stagnation. The process of investing to a large extent was correlated by the author with the anti-crisis program the large municipal operator. In the article necessity of deep modernisation of housing and communal services of a city is justified, account of a recouplement of the project is resulted, also author considers the methods of reflexion of bonded loans in book keeping.

Key words:
investment in municipal services sphere, bonded loans, a payback period, housing and communal services modernisation.

Об авторе:

Акчурин Гаяз Талгатьевич –
канд. экон. наук, доцент кафедры
правоведения ВолгГАСУ
postmaster@vlgasu.ru, 8-927-25-210-10

Система ЖКХ одна из ведущих по численности и объемам основных фондов среди отраслей экономики РФ; на более чем 50 тысячах предприятий трудится свыше 5 млн человек. И тем не менее сегодня более половины предприятий жилищно-коммунального комплекса (ЖКК) являются убыточными, а треть соответствует законодательно закрепленным критериям банкротства. На нужды ЖКХ кроме федеральных средств идет от 40 до 80 % средств местных бюджетов и значительная доля бюджетов субъектов федерации, и, кроме этого, на ЖКХ направляется около 10...50 % внебюджетных средств муниципальных образований (МО).

За годы реализации реформы жилищно-коммунального хозяйства создано огромное число методов, программ по выходу из кризиса, выводу на уровень безубыточности предприятий коммунального хозяйства. В абсолютном большинстве такие программы базируются на экономическом анализе структуры затрат на производство единицы продукции в тепловом (теплосетевом, водопроводно-канализационном) хозяйстве. Анализируя структуру затрат коммунального оператора муниципального образования, в котором проживает свыше 1 миллиона жителей, на примере Волгограда, автор приходит к выводу, что при средней годовой выручке коммунального оператора только в части генерации тепловой энергии и приготовлении горячей воды, доставки тепловой энергии и горячей воды до потребителя в размере 2,7...3,3 млрд р. снижение доли топлива в затратах на производство продукта на 3...5 % приведет к высвобождению не менее 50 млн р. из среднегодового оборота оператора в части теплового хозяйства. Естественно, прямое инвестирование денежных средств в таком размере не принесет желаемого эффекта в виде обновления основных фондов предприятий коммунального хозяйства, уменьшения аварийности теплосетевого и водопроводно-канализационного хозяйства и улучшения качества предоставляемых коммунальных услуг потребителям. Практика показывает, что подобные вложения в коммунальную инфраструктуру миллионного города с износом основных фондов коммунального хозяйства свыше 70 % не оказывают никакого значимого эффекта ни в плане энергосбережения, ни в плане качест-

ва коммунальных услуг. Позиция ряда специалистов жилищно-коммунального хозяйства заключается в том, что модернизация коммунального комплекса должна финансироваться в основном за счет частных инвестиций и кредитов, а экономика для реализации такой задачи должна стать прозрачной, чтобы затраченные деньги возвращались и реинвестировались в модернизацию объектов инфраструктуры, понятна, но вряд ли легко реализуема на практике, тем более в условиях кризиса. Предлагаемые методы предусматривают временное (на период окупаемости) введение в тариф инвестиционной составляющей, видимо по аналогии со специальными надбавками к тарифам на услуги по транспортировке газа по газораспределительным сетям. Такой вариант требует внесения изменений законодательство РФ о тарифах, что, в принципе, неоднократно подтверждалось практикой органов, контролирующих соблюдение законодательства РФ.

Концессионные соглашения, если говорить объективно, являются перспективным способом привлечения инвестиций, но не более того.

Предлагаемая автором модель привлечения инвестиций предназначена для реализации в условиях финансового кризиса или финансовой нестабильности.

В условиях кризиса ликвидность активов большинства участников рынка в значительной степени уменьшается, что влечет за собой объективное нежелание банковского сектора кредитовать практически любые коммерческие проекты под залог активов. Доходность пенсионных фондов в такой ситуации также падает ввиду общего экономического спада.

В условиях общей стагнации наиболее простым и надежным является вложение в облигации и иные эмиссионные бумаги крупных коммунальных операторов в регионах. Преимуществом такого инвестирования является достаточно высокая независимость предприятий ЖКК от изменений рыночной инфраструктуры ввиду регулярной оплаты ЖКУ и достаточно высоким процентом населения.

Предприятия организуют эмиссию облигаций и иных финансовых инструментов, предназначенных для привлечения средств, преимущественно для реализации программ модернизации, нового строительства и капитального ремонта.

Действующее законодательство РФ, а именно пп. 3 п. 1 и пп 2 п. 4 ст. 26 гл. 9 Федерального закона от 24 июля 2002 г. № 111-ФЗ «Об инвестировании средств для финансирования накопительной части трудовой пенсии в Российской Федерации», позволяет пенсионным фондам инвестировать средства в облигации как российских, так и иностранных эмитентов (пп. 5 п. 1 ст. 26 Федерального закона № 111-ФЗ). При этом пп. 5 п. 1 ст. 28 указанного Федерального закона установлена максимальная доля в инвестиционном портфеле облигаций одного эмитента, которая не должна превышать 10 % совокупного объема находящихся в обращении облигаций данного эмитента, пп. 6 п. 1 ст. 28 Федерального закона №111-ФЗ устанавливает максимальную долю ценных бумаг одного эмитента в структуре инвестиционного портфеля пенсионного фонда, находящегося в управлении управляющей компании. Приобретение пенсионными фондами облигаций коммунального оператора не противоречит п.1 ст. 24 Главы 6 Федерального закона № 111-ФЗ. Таким образом, инвестирование пенсионными фондами в облигации коммунальных операторов является достаточно эффективным способом размещения капитала в условиях финансовой нестабильности.

Основной смысл предлагаемой автором программы сводится к инвестированию полученной и ожидаемой экономии в обслуживание кредиторской задолженности. Так, для качественного реформирования коммунального хозяйства крупного муниципального образования необходимо единовременное привлечение денежных средств в объеме не менее 2,5...3 млрд р. Размер необходимых инвестиций обусловлен необходимостью реконструкции всех коммуникаций за один раз — начиная от котельного оборудования и заканчивая приведением внутридомовых сетей к нормативным требованиям (внутренне состояние трубопроводов ХВС, ГВС, отопления, утечки, контроль качества промывки внутридомовых сетей и т.д.), т.к. замена дорогостоящего котельного оборудования без замены изношенных сетей приведет к быстрому выходу из строя котлов и насосов.

Основное решение, которое должен принять эмитент, в нашем случае коммунальный оператор, — это выбор основы привлечения финансирования и ее типа, а именно долговой основы с выбором типа облигации, долевой (акции) или использовать обе основы в корреляции.

С учетом объема привлекаемых средств для крупного коммунального оператора актуален выпуск конвертируемых облигаций¹, поскольку это позволяет использовать положительные стороны как долевого, так и долгового финансирования, особенно в условиях стагнации рынка. Выпуск конвертируемых облигаций позволяет инвестору избежать неприемлемых рисков, ассоциируемых с инвестированием в акции, путем сохранения права выбора — осуществлять или не осуществлять конвертацию. Положительные стороны выпуска конвертируемых облигаций для эмитента очевидны: фиксация минимальной цены, по которой будет произведено размещение акций и снижение процентных платежей по облигациям.

Выпуск конвертируемых облигаций в значительной степени интересен для предприятий, в отношении которых существует достаточно большое число инвесторов, интересующихся приобретением акций предприятия, а также существуют основания предполагать возможность роста акций до уровня цен, делающих конвертацию выгодной для инвесторов. В противном случае инвесторы будут рассматривать данную ценную бумагу как обыкновенную облигацию и требовать соответствующую процентную ставку.

Однако при выпуске конвертируемых облигаций предприятие должно иметь в виду, что при существенном росте цен на акции предприятию придется реализовать акции по цене, которая будет значительно меньше рыночной.

Таким образом, автором предлагается размещение сразу нескольких типов облигационных займов с разными сроками погашения.

Совокупная сумма \sum выплат, предусмотренных каждым типом облигаций в год (раздел 4 табл. 1)², рассчитывается по формуле³

$$TC = [(BpQ) + Bcs + Oe + Brs] / n, \quad (1)$$

¹ Конвертируемая облигация — облигация, которая дает инвестору право выбора: рассматривать данную ценную бумагу как чистую облигацию с заложенной в ее условиях доходностью или по достижении оговоренного срока конвертировать ее в определенное число (обыкновенных) акций.

² Имеется в виду, что наибольшая финансовая нагрузка возникает в первый и заключительный год займа, так как возникает соответственно необходимость выплат Oe и Brs .

³ Формулы (1)—(9) предложены автором.

где B_p — (bond payments) %-е выплаты по облигациям; Q — (quantity of payments) количество выплат; B_{cs} — (bank commission service) банковское комиссионное обслуживание; O_e — (overhead expenses) накладные расходы; B_{rs} — (bond repayment sum) сумма погашения номинала облигаций; n — срок погашения облигации;

$$O_e = U_c + T_s + C_{ao} + C_d + O_c, \quad (2)$$

где U_c — (underwriter commission) комиссионное вознаграждение андеррайтера; T_s — (tax to securities) налог на операции с ценными бумагами; C_{ao} — (commission of auction organizer) комиссия организатора торговли; C_d — (commission of depository) комиссия депозитария; O_c — (other costs) другие расходы.

Понятие other costs включает в себя расходы по обязательной публикации сообщений в периодическом печатном издании на этапах эмиссии облигаций, расходы на презентационные мероприятия и на рекламу.

Доходность инвестиций выражается⁴ в снижении любого вида затрат в общей структуре себестоимости отдельного вида продукции и определяется общей суммой доходности каждого раздела инвестиционной программы коммунального оператора (по видам деятельности), а именно: в какой вид оборудования инвестированы средства, какой процент экономии даст приобретенное оборудование в установленный промежуток времени.

$$C_{yi} = Y_{b1} + \dots + Y_{bj} + Y_{ni} + Y_d + O_i, \quad (3)$$

где C_{yi} — (cumulative yield of investments) совокупная доходность инвестиций; Y_{b1} — (yield of business), доходность отдельного производства в структуре коммунального оператора; j — количество отдельных производств; Y_{ni} — (non investment yield) неинвестиционная доходность, т.е. доходность не от прямых вложений средств, а от изменений в структуре управления предприятием, введением аутсорсинга и т.д.; Y_d — (derivative yield) производная доходность, т.е. дополнительная доходность, возникшая в результате обновления производства, внедрения новых технологий. Например, при установке нового котла с электронным управлением, возможностью работы в каскаде, с более высоким КПД и более низким расходом газа экономия на операторе можно отнести к производной доходности; O_i — (other incomes, или прочие доходы) доходы от выдачи технических условий и т.п.

Соответственно формула средней доходности направления имеет вид

$$C_{yi} = [(Y_{b1} + \dots + Y_{bj})/j] + Y_{ni} + Y_d. \quad (4)$$

Чистая совокупная доходность СЧД представляет собой разницу между совокупной доходностью СД и совокупными затратами СЗ и может быть определена формулой

$$ЧСД = СД - СЗ. \quad (5)$$

Понятие совокупных затрат включает в себя затраты на производство продукции и затраты, связанные с привлечением капитала. Совокупная доходность — это доходность коммунального оператора от всех видов деятельности оператора за расчетный период. Также в структуре совокупной доход-

⁴ Для коммунального оператора.

ности, по мнению автора, необходимо учитывать суммы экономии, полученные в результате реформирования системы управления структурными подразделениями коммунального оператора, например от лизинга персонала и передачи отдельных видов деятельности на аутсорсинг.

Предварительная оценка эффективности проекта модернизации и развития коммунальной инфраструктуры может определяться простыми общепринятыми методами оценки инвестиций, в числе которых коэффициент общей эффективности капитальных вложений Э:

$$\text{Э} = \text{П} / \text{К}, \quad (6)$$

где П — годовая прибыль; К — капитальные вложения.

Срок окупаемости T:

$$T = \text{К} / \text{П}. \quad (7)$$

К таким методам можно отнести и расчет простой нормы прибыли на инвестиции, расчет простого срока окупаемости инвестиций:

$$\text{SSR} = (\text{NP} / \text{TIC}) 100 \%, \quad (8)$$

где SSR — (simple rate of return) простая норма прибыли, выраженная в процентах; NP — (net profit) чистая прибыль; TIC — (total investments costs) полные инвестиционные затраты.

$$\text{PBP} = \text{TIC} / \text{NCF}, \quad (9)$$

где PBP — (pay-back period) срок окупаемости, выраженный в интервалах планирования; NCF — (net cash flow) чистый эффективный денежный поток.

В целях понимания процесса образования средств у коммунального оператора для финансирования эмиссии облигационных займов и последующего погашения облигаций надо учитывать, что основная часть таких средств может высвобождаться исключительно из сумм, собираемых за поставленную продукцию⁵ (тепло, вода, стоки).

Также нельзя забывать о социальной эффективности инвестиций, а именно о том, какие положительные результаты в области социально-экономической политики муниципального образования достигаются в результате осуществления такого масштабного инвестиционного проекта. К таким результатам можно отнести улучшение качества предоставляемых коммунальных услуг, снижение расходов на содержание жилого помещения⁶.

Таким образом, проект уже является безубыточным, если совокупный показатель совокупной доходности от инвестиций равен или превышает сумму total cost проекта эмиссии облигаций и совокупных затрат на производство всех видов продукции.

⁵ Суммы средств, получаемые оператором за выдачу технических условий, выполнение работ и предоставление услуг, не предусмотренных тарифом, не позволяют в необходимой мере финансировать проект эмиссии облигаций.

⁶ Речь идет не о снижении тарифа, а именно о комплексе энергосберегающих мероприятий, внедрении специальных технологий, направленных на снижение расходов по содержанию жилого помещения в результате уменьшения потерь при отоплении, водоснабжении и водоотведении.

Как уже отмечалось выше, наибольший отток капитала приходится на 1-й и заключительный год облигационного займа, учитывая необходимость в первом году реализации программы оплаты расходов по размещению облигаций, нового оборудования и материалов, проектно-сметной документации, а также погашения номинальной стоимости облигаций в заключительный год займа. Учитывая, что первый год реализации программы предполагает в основном изготовление ПСД, монтаж только того оборудования, на которое уже изготовлена проектно-сметная документация и уже получено оборудование с завода-изготовителя, замену сетей. Строительство новых участков водопроводно-канализационного хозяйства, котельных возможно только после изготовления проектов и смет, получения всех необходимых согласований.

С учетом вышеизложенного логичным представляется размещение проспектов эмиссий, разнесенных по времени, срокам погашения и объемам заимствований.

Рассмотрим укрупненную модель привлечения инвестиций в модернизацию, капитальный ремонт и строительство коммунального хозяйства крупного муниципального образования в размере 3 млрд р. путем размещения нескольких проспектов эмиссий облигаций со сроком погашения 5, 7 и 10 лет. Расходы на обслуживание займа приведены в табл. 1.

Табл. 1

Объем облигационного займа, млн р.	Срок погашения облигации, лет	Процентная ставка (доходность) в год, %	Σ выплат, предусмотренная типом облигации в год, у.е.	Прочие расходы, у.е.
1	2	3	4	5
700	5	22	154	10
1000	7	20	200	10
1300	10	19	247	10

Если исходить из среднего оборота коммунального оператора в 5500 у.е. (1 у.е. = 1 млн р.), а примерную структуру затрат принять следующей:

затраты на топливо: 36 % или 1980 у.е.

затраты на электроэнергию: 9 % или 495 у.е.

затраты на з/п: 14 % или 770 у.е.

затраты на материалы: 12 % или 660 у.е.,

то в общем итоге затраты составляют 71 % годового оборота коммунального оператора, или 3905 у.е.

Применение новых топливно- и энергосберегающих технологий (новое котельное оборудование, капитальный ремонт и строительство нового сетевого хозяйства) позволит изменить структуру затрат, снизив расход топлива на 15 %, что в денежном выражении составит 297 у.е., затраты на электроэнергию на 12 %, или на 58 у.е. Благодаря глубокой модернизации коммунального хозяйства затраты на материалы снизятся более существенно, останутся только накладные расходы, но на период осуществления проекта предполагается выделять на материалы 250 у.е. в год (поддержание в работоспособном состоянии тех участков коммунального хозяйства, которые стоят в плане модернизации на следующий период).

Следовательно, в результате модернизации производства и после запуска нового оборудования предприятие сможет экономить порядка 765 у.е.

Рассчитаем срок окупаемости проекта. При условии, что за расчетный период времени t привлекаются инвестиционные средства в размере 3000 у.е и экономия проекта составляет 765 у.е., то график выплаты процентов по облигациям в плановом периоде окупаемости проекта будет выглядеть так, как показано в табл. 2

Табл. 2

Период	Экономия	Инвестиции, у.е.			Остаток после ежегодных выплат у.е.
		700	1 000	1 300	
		Ставка, %			
		22	20	19	
		Выплаты, у.е./год			
0	0	154	200	247	–601
1	765	154	200	247	164
2	765	154	200	247	164
3	765	154	200	247	164
4	765	154	200	247	164
5	765		200	247	318
6	765		200	247	318
7	765			247	518
8	765			247	518
9	765			247	518
10	765				765
	7 650	770	1 400	2 470	Общая сумма выплат 4 640

Сумма выплат по годам, окрашенных в табл. 2 в *серый* цвет, равна 656 у.е., то есть долг первой выплаты процентов можно постепенно погасить, используя выплаты первых пяти лет, когда проект приносит прибыль.

Остальные средства в сумме 2955 у.е., оставшиеся после выплат процентов, идут на погашение долга по облигационному займу.

Рассчитаем чистую приведенную стоимость для данного проекта.

Чистая приведенная стоимость рассчитывается с использованием прогнозируемых денежных потоков, связанных с планируемыми инвестициями, по формуле

$$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{NCF_i}{(1+r)^i} - Inv,^7$$

где NCF_i — чистый денежный поток для i -го периода; Inv — начальные инвестиции; r — ставка дисконтирования (стоимость капитала, привлеченного для инвестиционного проекта).

При положительном значении NPV считается, что данное вложение капитала является эффективным. Расчет показывает, что в нашем случае NPV имеет положительное значение для всех трех видов облигационных займов:

⁷ Известна также как тест Кейнса — Фишера, применена в интерпретации автора.

- 1) для экономии 765 у.е., ставки дисконтирования 22 % и инвестирования 700 у.е. — 1490,684;
- 2) для экономии 765 у.е., ставки дисконтирования 20 % и инвестирования 1000 у.е. — 1757,513;
- 3) для экономии 765 у.е., ставки дисконтирования 19 % и инвестирования 1300 у.е. — 2019,285.

Естественно, указанный расчет носит демонстрационный характер и дает общее понятие о механизме привлечения и возврата инвестиций. На практике освоение в течение года финансовых средств размером более 700 млн р., при условии необходимости изготовления ПСД, весьма проблематично, поэтому привлечение инвестиций с помощью выпуска облигаций осуществляется поэтапно, по мере необходимости.

В соответствии с пп. 3 п. 1 ст. 265 НК РФ для целей обложения по налогу на прибыль расходы на организацию выпуска собственных ценных бумаг, в частности на подготовку проспекта эмиссии ценных бумаг, изготовление и приобретение бланков, регистрацию ценных бумаг, расходы, связанные с обслуживанием собственных ценных бумаг, в том числе на услуги реестродержателя, депозитария, андеррайтера и другие аналогичные расходы, включаются в состав внереализационных расходов.

Поскольку эмиссия облигаций осуществляется в целях привлечения заемного капитала, то операции, связанные с их движением, должны отражаться в бухгалтерском учете в соответствии с положением по бухгалтерскому учету «Учет расходов по займам и кредитам» (ПБУ 15/2008), утвержденным приказом Минфина России от 06.10.2008 № 107н.

Расходами, связанными с выполнением обязательств по полученным займам и кредитам являются (п. 3 ПБУ 15/2008):

- 1) проценты, причитающиеся к оплате займодавцу (кредитору);
- 2) дополнительные расходы по займам.

Дополнительными расходами по займам являются:

- 1) суммы, уплачиваемые за информационные и консультационные услуги;
- 2) суммы, уплачиваемые за экспертизу договора займа (кредитного договора);
- 3) иные расходы, непосредственно связанные с получением займов (кредитов).

При этом курсовые разницы, относящиеся на причитающиеся к оплате проценты по займам и кредитам, полученным и выраженным в иностранной валюте или условных денежных единицах, к расходам, связанным с получением займов, не относятся. Указанные курсовые разницы относятся к прочим расходам организации в соответствии с п. 11 ПБУ 10/99. Расходы по займам отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, к которому они относятся (п. 6 ПБУ 15/2008).

Все расходы, связанные с размещением ценных бумаг, согласно п. 7, 16 ПБУ 15/2008 являются прочими и отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы».

Согласно п. 2 п. 1 ст. 265 НК РФ расходы в виде процентов по долговым обязательствам любого вида, в том числе процентов, начисленных по ценным бумагам и иным обязательствам, выпущенным (эмитированным) налогоплательщиком, в целях налогообложения прибыли признаются внереализационными расходами с учетом особенностей, предусмотренных ст. 269 НК РФ.

Согласно п. 1 ст. 269 НК РФ при отсутствии долговых обязательств перед российскими организациями, выданных в том же квартале на сопоставимых условиях, а также по выбору налогоплательщика предельная величина процентов, признаваемых расходом (включая проценты и суммовые разницы по обязательствам, выраженным в условных денежных единицах по установленному соглашением сторон курсу условных денежных единиц), принимается равной ставке рефинансирования Банка России, увеличенной в 1,1 раза при оформлении долгового обязательства в рублях, и равной 15 % по долговым обязательствам в иностранной валюте. Под ставкой рефинансирования Банка России понимается:

в отношении долговых обязательств, не содержащих условия об изменении процентной ставки в течение всего срока действия долгового обязательства — ставка рефинансирования Банка России, действовавшая на дату привлечения денежных средств;

в отношении прочих долговых обязательств — ставка рефинансирования Банка России, действующая на дату признания расходов в виде процентов.

В соответствии с п. 8 ст. 272 НК РФ при применении метода начисления процентов по договорам займа (и иным долговым обязательствам, включая ценные бумаги), срок действия которых приходится более чем на один отчетный период, расход признается осуществленным и включается в состав внебалансовых расходов на конец соответствующего отчетного периода. В случае погашения долгового обязательства до истечения отчетного периода расход признается осуществленным и включается в состав соответствующих расходов на дату погашения долгового обязательства.

Таким образом, по облигациям, срок обращения которых превышает один отчетный период, проценты должны начисляться в налоговом учете равномерно на конец каждого отчетного периода.

Порядок бухгалтерского учета процентов и дисконта регламентирован п. 16 ПБУ 15/2008. Проценты и (или) дисконт по причитающейся к оплате облигации организацией-эмитентом отражаются обособленно от номинальной стоимости облигации как кредиторская задолженность. В зависимости от срока, на который осуществляется выпуск облигаций, используется счет 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам» или счет 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам». Начисленные проценты и (или) дисконт по облигации отражаются организацией-эмитентом в составе прочих расходов в тех отчетных периодах, к которым относятся данные начисления, или равномерно в течение срока действия договора займа.

В приведенном выше примере мы рассмотрели эмиссию облигаций общим номиналом 3000 у.е. со сроком погашения от 5 до 10 лет и доходностью 19...22 % от номинальной стоимости в год с выплатой купонного дохода раз в год. Рассмотрим отражение облигационного займа и обслуживания долга в бухгалтерском учете на примере займа в 700 у.е. на 5 лет с доходностью 22 %. Каждый месяц отражаем купонный доход:

Д-т 91, К-т 67 субсчет 67-2 «Процент» — 12,833 у.е. (купонный доход / 12 мес.) — начислены проценты по облигации.

В конце года делаем запись:

Д-т 67, субсчет 67-2 «Процент», К-т 51 — 154 у.е. — выплачен купонный доход.

Аналогичная запись делается и при погашении облигации.

Организация-эмитент может выкупить свои облигации, не дожидаясь срока их погашения. В бухгалтерском учете это отражается так же, как погашение (ст. 413 ГК РФ), с той разницей, что суммы накопленного купонного дохода будут определены за период нахождения облигации у держателя.

При упомянутом выше способе погашения облигации путем конвертации в акции организации-эмитента, необходимо заметить, что данная операция возможна только для акционерных обществ. Это особенно актуально, когда эмитент по тем или иным причинам не может погасить свои долговые обязательства и организация-эмитент предлагает владельцу облигации войти в состав учредителей общества. В любом случае организация-эмитент сначала выпускает облигации, т.е. осуществляет эмиссию облигаций, затем конвертирует их в обыкновенные акции. В бухгалтерском учете указанная операция отражается следующим образом:

Д-т 51, К-т 66 (67) — отражено размещение облигационного займа, который в установленный проспектом эмиссии срок должен быть конвертирован в акции организации;

Д-т 66 (67), К-т 75 — погашена стоимость облигаций путем конвертации их в акции в установленный срок.

После государственной регистрации изменений учредительных документах, связанных с увеличением уставного капитала, производится запись по кредиту счета 80 «Уставный капитал» в сумме увеличения уставного капитала путем выпуска дополнительных акций, размещаемых путем конвертации, в корреспонденции со счетом 75 «Расчеты с учредителями».

Разница между номинальной стоимостью размещенных путем конвертации акций и номинальной стоимостью конвертированных в акции облигаций представляет собой эмиссионный доход. Сумма полученного эмиссионного дохода отражается по кредиту счета 83 «Добавочный капитал» в корреспонденции со счетом 75.

При этом в соответствии с пп. 3 п. 1 ст. 251 НК РФ для целей налогообложения прибыли доходы в виде имущества, имущественных или неимущественных прав, имеющих денежную оценку, которые получены в виде взносов (вкладов) в уставный (складочный) капитал (фонд) организации (включая эмиссионный доход в виде превышения цены размещения акций (долей) над их номинальной стоимостью), не учитываются при определении налоговой базы.

Следует обратить внимание и на то, что облигации могут приобретаться как резидентами, так и нерезидентами Российской Федерации. Во втором случае эмитент обязан выполнять функции налогового агента. Так, пп. 1 п. 1 ст. 208 НК РФ определено, что проценты, которые российская организация выплачивает физическим лицам, облагаются налогом у источника по ставке 13 % для налоговых резидентов и 30 % — для нерезидентов. Если иностранная организация осуществляет свою деятельность в Российской Федерации через постоянное представительство, то налог не удерживается у источника выплаты. В случае, когда иностранная организация не имеет постоянного представительства в Российской Федерации, то согласно п. 3 п. 1 ст. 309 НК РФ проценты по долговым обязательствам, включая облигации, облагаются налогом у источника по ставке 20 %.

В заключение хотелось бы заметить, что коммунальный оператор работает по тарифам, установленным специальным регулирующим органом с определенной структурой и предельным удельным весом каждого вида затрат в структуре. В случае реализации столь крупного инвестиционного проекта необходимо принятие соглашения между специальным регулирующим органом и коммунальным оператором о гарантии сохранения средств, полученных коммунальным оператором в результате снижения себестоимости продукции, что является следствием проведения комплекса работ по модернизации и ремонту оборудования котельных, капитальному ремонту сетей. Также важным условием реализации такого проекта является гарантия работы коммунального оператора в течение срока размещения облигаций, вплоть до их полного погашения.

Еще хотелось бы заметить, что в связи с повальным банкротством потребительских кооперативов, снижением ставок по вкладам инвестирование в облигации коммунального оператора может стать неплохой альтернативой размещения доходов и сбережений части населения соответствующего муниципального образования.

© Акчурин Г.Т., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

УДК 316.334.3:32.001

*П.В. Смолянский, Е.С. Унуров***КОМПЛЕКСНАЯ ДИАГНОСТИКА
СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ
СИТУАЦИИ В МУНИЦИПАЛЬНОМ
ОБРАЗОВАНИИ**

Выявлены основные недостатки существующих подходов к диагностике социально-политической ситуации на муниципальном уровне, сформулированы требования к методике такой диагностики.

Ключевые слова: социально-политическая ситуация, диагностика, электоральное поведение.

*P.V. Smolanskiy, E.S. Unkurov***THE COMPLEX
DIAGNOSTICS OF SOCIAL
AND POLITICAL SITUATION
IN A MUNICIPAL ESTABLISHMENT**

The basic drawbacks of actual approaches to the diagnostics of social and political situation at municipal level are exposed. The requirements to the methods of this diagnostics are formulated.

Key words: social and political situation, diagnostics, electoral conduct.

Об авторах:

Смолянский Павел Викторович — канд. полит. наук, начальник отдела науки и аспирантуры Волгоградского филиала Российского государственного торгово-экономического университета (8442)-33-28-57, nir-rsute@yandex.ru

Унуров Евгений Семенович — канд. полит. наук, доцент Калмыцкого филиала Московской академии экономики и права (8442)-33-28-57, nir-rsute@yandex.ru

Динамичное развитие российской политической инфраструктуры, формирование партийно-политической системы на уровне местного самоуправления делает необходимым прогнозирование локальных, протекающих в границах муниципалитета, социально-политических процессов. Расширение политического поля деятельности местных отделений политических партий, их все более активное включение в процессы формирования местных властных институтов требуют учета отношения населения муниципалитетов к конкретным реалиям политической жизни местного сообщества. Ориентированное в первую очередь на обеспечение деятельности местных органов власти, подобное прогнозирование призвано обеспечить научно обоснованный выбор стратегии и тактики муниципального социально-политического развития.

В то же время запросы и реальные потребности в социально-политической информации и органов власти, и местного сообщества в целом опережают возможности подготовки обоснованного инструментария комплексной диагностики. Во-первых, в силу организационной громоздкости и дороговизны самой процедуры конструирования диагностических инструментов, во-вторых — в силу значительного времени, которое требуется на их создание. Наиболее востребована подобного рода информация в периоды социально-политической нестабильности либо в периоды политической активизации (в первую очередь, в предвыборный период). Неудивительно поэтому, что в общетеоретическом плане и в зарубежной, и в отечественной политологии и социологии наиболее хорошо разработана проблематика политического участия. Современной политической наукой предложены методы и способы изучения политического участия, методология эмпирических исследований по этой проблематике, выделены факторы, влияющие на политическую активность населения, участие в политических процессах различных социальных групп.

При этом необходимо заметить, что собственно анализ политического поведения лишь совсем недавно стал предметом изучения отечественных исследователей. Только во второй половине 1990-х гг. в отечественную политическую и социологическую науку пришло большинство

понятий электоральной политологии, активно развивавшихся за рубежом уже в ранний послевоенный период. В первую очередь речь идет о работах, представляющих социологическую, социально-психологическую школы изучения электоральных процессов, а также теорию рационального выбора. Первые два направления связывают политическое поведение либо с социально-экономическим статусом избирателей, либо с их партийно-идеологической идентификацией. Тем самым обе эти теории связаны с экспрессивными компонентами в поведении избирателей.

Сторонники теории рационального выбора пытаются объяснить электоральное поведение на основе рационального расчета, сосредоточившись на индивидуальных взглядах избирателей в отношении актуальных социальных, экономических и политических проблем.

Несмотря на целый ряд справедливых критических замечаний относительно объясняющих способностей экспрессивной и рациональной моделей, именно ими была заложена основа для изучения политического поведения, выделены основные факторы, детерминирующие формы участия в политике конкретного избирателя или социальной группы. Кроме того, именно в рамках западной политологической школы были разработаны методологии сравнительного и социологического анализа политического поведения и электоральных процессов, не утратившие своей актуальности и на сегодняшний день.

Поэтому неудивительно, что большинство отечественных работ, посвященных этой проблематике, сосредотачивают свое внимание на анализе объясняющих возможностей классических теорий применительно к российской политической практике. В работах таких авторов, как Н. Анохина, В. Голосов, В. Гельман, Ю. Мелешкина, Ю. Шевченко на материалах федеральных и региональных выборов последних лет обосновывается возможность операционализации применительно к российским условиям таких категорий, как партийная принадлежность и идеологическая идентификация избирателей, социальный раскол, «экономическое» голосование.

Появился и целый ряд работ, посвященных процессам становления многопартийной системы в Российской Федерации, анализу формирования политических ориентаций и предпочтений российских избирателей, региональным и муниципальным аспектам избирательных кампаний, оценкам прошедших в стране общенациональных, региональных и местных выборов. На базе мониторинговых исследований ведущих социологических центров страны (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр) собран значительный эмпирический материал, фиксирующий политические настроения и предпочтения населения.

В результате наряду с диагностическими методами, характеризующими (чаще всего в ходе массовых опросов) наиболее общие показатели политического поведения, были сформулированы подходы, позволяющие оценивать социально-политическую ситуацию в муниципальных образованиях с точки зрения влияния неполитических факторов общественного сознания.

В первую очередь речь идет о выявлении экономических факторов общественного сознания. В частности, Ю. Левада предлагает использовать такой показатель, как готовность населения «терпеть» сложившуюся социальную, экономическую и политическую ситуацию [1, с. 42]. Представляется, что в условиях социального и экономического кризиса стабильность доли граждан, оценивающих свою позицию в категориях «можно терпеть», — за-

лог устойчивости общества, способного «гасить» или демпфировать все негативные явления (падение жизненного уровня, неуверенность в сохранении собственного статуса и другие). Это один из базовых механизмов поддержания социального равновесия.

Разницу в социальном содержании широко распространенного статуса «способных терпеть» Ю. Левада объясняет по меньшей мере четырьмя разными способами:

готовность терпеть как камуфляж, компонент или условие успеха (то есть это позиция типа «все не так плохо...», прикрытая более осторожным ярлыком);

терпение, связанное с надеждой, как условие успеха, возможно, в будущем;

терпение, обусловленное отчуждением или изоляцией респондента от социально-политических и подобных им реалий и интересов;

терпение как апатичное равнодушие к своей и общей судьбе.

Рассматривая такой показатель, как «интерес к политике», обнаруживается, что для большинства он заключается в интересе к информации, к «разговорам» о политике. В этом, как представляется, ключ едва ли не ко всем основным парадоксам современной российской политической жизни. Сколько-нибудь активного массового политического участия в стране не было в советское время, нет и сейчас. Ни официально признанных, ни неформальных структур массового политического участия так и не возникло — используя институциональные термины, можно говорить о больших издержках населения при попытке становиться активными участниками политического процесса.

Участие же в многопартийных избирательных процессах не вводит население в активную политику хотя бы потому, что не создает взаимно обязательных связей между избирателями и избранными. Неслучайно и данные электоральной статистики, и результаты социологических опросов показывают падающий интерес россиян к процессу выборов: как свидетельствуют результаты социологического опроса, проведенного Фондом «Институт социальных и экономических исследований» в Волгоградской области в декабре 2009 года, каждый четвертый избиратель (25,8 %) ходит на выборы менее охотно, чем два-три года назад, в то время как больший интерес к голосованию в сравнении с прошлым проявляют 9,0 % респондентов. Кроме того, отрицательная динамика электоральной активности связана с уровнем выборов — чаще всего на президентских выборах голосуют 23,6 % избирателей, 11,3 % — отдают предпочтение и, соответственно, стараются принять участие в выборах исполнительной власти на муниципальном уровне (выборах мэра города или главы администрации района), лишь 4,2 % отдают приоритет выборам депутатов городской (районной) думы [2].

Наряду с попытками социологов оценивать динамику общественного сознания, используя ответы на отдельные вопросы, прослеживается стремление исследователей к применению некоторых агрегированных показателей, объединяющих ответы на различные темы. К агрегированным показателям, наиболее адекватно отражающим социальные процессы, относятся индекс социальных настроений (ИСН) и индекс потребительских настроений (ИПН). Первый индекс предложен ВЦИОМ, а второй является совместным проектом

Фонда ИПН — Россия, Центра развития и ВЦИОМ. Для расчета этих индексов используется методика расчетов Consumer Sentiment Index (CSI), разработанная в Институте социальных исследований при Мичиганском университете. По каждому вопросу строится индивидуальный индекс, рассчитываемый как разность положительных и отрицательных ответов, и прибавляется 100, с тем, чтобы избежать появления отрицательных значений индекса. Совокупный индекс рассчитывается как среднее арифметическое из индивидуальных индексов и может изменяться в интервале от 0 до 200, значения индекса менее 100 означают преобладание отрицательных оценок в обществе.

При построении Индекса социальных настроений внимание уделяется следующим моментам:

- 1) оценкам людьми материального положения своих семей;
- 2) оценкам людьми экономического и политического положения страны в целом;
- 3) оценкам людьми будущего развития страны;
- 4) социально-психологическому состоянию людей, их настроению в целом.

Соответственно, выделяются частные индексы, отражающие влияние различных факторов на формирование сводного индекса социальных настроений:

- 1) индекс положения семьи ИС;
- 2) индекс положения России ИР;
- 3) индекс экономических и политических ожиданий ИО;
- 4) индекс настроений ИН.

Индекс потребительских настроений прогнозирует поведение потребителей при определении потребительских, сберегательных или инвестиционных приоритетов. Индекс возможно использовать для анализа ситуации в стране, так как предполагается, что рынок товаров длительного пользования наиболее остро реагирует на изменения общей экономической конъюнктуры, что, в свою очередь, отражается и на социально-политической ситуации. Кроме того, использование индекса потребительских настроений возможно на региональном и муниципальном уровнях. Так, в частности, методика РИПН (регионального индекса потребительских настроений) успешно реализуется в рамках проекта «Волгоградский Омнибус» Центра социологических и маркетинговых исследований «Аналитик», ориентированного на анализ социального самочувствия и потребительских настроений жителей Волгограда.

При построении ИПН внимание уделяется следующим моментам:

- 1) оценкам потребителями перспектив своего собственного материального положения;
- 2) оценкам потребителями будущего (ближайшего и более отдаленного) развития экономики страны в целом;
- 3) оценкам потребителями положения на рынке товаров длительного пользования.

Помимо основного индекса потребительских настроений, строятся частные индексы текущего состояния ИТС и экономических ожиданий ИЭО. Индекс текущего состояния отражает динамику оценок фактического положения, тогда как индекс экономических ожиданий показывает изменения в оценках перспектив развития.

Помимо использования данных социологических опросов, предпринимаются попытки объяснить политическое поведение (в первую очередь электоральное поведение) с точки зрения влияния экономических факторов. Настроение населения формируется исходя из тех же групп факторов, что и электоральное поведение, что свидетельствует о достаточной разумности избирателей, делающих свой выбор исходя из реальной экономической обстановки, возможности власти решать стоящие перед ней задачи. Власть при этом обладает способностью влиять на оценки и мнения своих избирателей через свои бюджетные расходы. Впрочем, прямое перечисление денег в муниципалитеты перед выборами не приводит к увеличению отданных за власть голосов, необходима стабильность бюджетной политики. При этом обнаруживается, что для электорального поведения важны показатели, характеризующие уровень экономического и социального развития, экономический потенциал и перспективы роста.

Весьма важным для объяснения результатов муниципальных выборов оказывается уровень урбанизации: результаты выборов любого уровня показывают, что горожане в целом менее активно, чем сельские жители, участвуют в выборах и в меньшей степени склонны поддерживать «партию власти».

В то же время очевидно, что значительная часть населения отдает свои голоса исходя из личностных предпочтений, симпатий к лидерам. Грамотно проведенная предвыборная кампания способна привлечь широкие слои избирателей с достаточно устойчивым уровнем жизни, но не имеющих четко выраженных политических пристрастий. Соответственно, и полученные в результате социоэкономического анализа модели политического поведения имеют скорее ретроспективный характер. Возможности же применения таких моделей с точки зрения прогноза — крайне ограниченные. Кроме того, недостаток эмпирических данных не позволяет перейти к созданию динамической модели, которая бы позволяла в период между выборами оценивать устойчивость причинно-следственных связей экономических факторов и общественного сознания, выявлять долговременную связь между этими показателями.

Таким образом, несмотря на определенные наработки в области диагностики социально-политической ситуации, необходимо отметить, что на сегодняшний день практически все рассмотренные подходы имеют очевидные недостатки. В первую очередь к таким недостаткам, не позволяющим достаточно полно и адекватно раскрыть социально-политическую ситуацию в муниципальном образовании как результат взаимодействия наиболее значимых субъектов местного политического процесса (населения, органов региональной и местной власти, региональных и местных отделений политических партий, СМИ), относятся:

- 1) несопоставимость данных, полученных в разных исследованиях;
- 2) отсутствие основных характеристик качества используемых методик (надежность и валидность);
- 3) низкая чувствительность диагностических методов к изменениям социально-политической ситуации и, как следствие, невысокие прогностические способности;
- 4) отсутствие нормативных показателей социально-политической ситуации на местном уровне, сопоставление с которыми позволяло бы обоснованно интерпретировать получаемые в конкретных исследованиях данные.

Необходимость оценки факторов, определяющих влияние наиболее значимых политических субъектов на формирование социально-политической ситуации на местном уровне, позволяет сформулировать ряд требований к методике комплексной диагностики социально-политической ситуации на муниципальном уровне:

1) универсальность — методика должна измерять наиболее общие индикаторы социально-политической ситуации в муниципальном образовании, что даст возможность использовать ее практически в любом исследовании, предусматривающем анализ политической сферы жизнедеятельности местного сообщества;

2) интегральность — обоснованное сведение различных оценок социально-политической ситуации к набору (комплексу) индикаторов, позволяющих диагностировать социально-политическую ситуацию в муниципалитете в целом;

3) стандартизированность — установление «норм», введение определенных эталонов уровня развития социально-политических процессов и социально-политической напряженности в муниципалитете, что позволит соотносить полученные в конкретном исследовании данные с определенными нормами;

4) чувствительность — диагностический инструментарий должен обладать достаточной высокой точностью измерения, позволяющей регистрировать различные по степени проявления изменения в местной социально-политической ситуации;

5) компактность — объем методики должен быть достаточно компактным, чтобы ее можно было широко использовать в условиях динамичной социально-политической ситуации.

Таким образом, с одной стороны, чем больше характеристик, эксплицирующих сущность местной социально-политической ситуации, введено в эмпирическое исследование, тем меньше вероятность ошибки измерения, обусловленной как логикой исследования, так и случайными факторами. С другой стороны, при подготовке инструментария исследователь вынужден ограничивать набор характеристик, эмпирически представляющих объект изучаемого явления, так как объем инструментария лимитируется организационными возможностями эмпирического исследования. Поэтому для практической разработки и апробации методики комплексной диагностики социально-политической ситуации в муниципальном образовании необходимо решение двух задач — составление по возможности полного перечня характеристик, анализ которых позволяет оценивать социально-политическую ситуацию на местном уровне и выбор (конструирование) шкалы измерения, эмпирических индикаторов социально-политической ситуации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Левада Ю. От мнений к пониманию. Социологические очерки. 1993—2000. М., 2000.
2. Институт выборов в восприятии населения Волгоградской области: аналитический отчет / Фонд «Институт социальных и экономических исследований» // <http://www.ikvo.ru/announce/128.doc>.

© Смолянский П.В., Ункуров Е.С., 2008

*Поступила в редакцию
в ноябре 2008 г.*

**УСЛОВИЯ
ПРИЕМА СТАТЕЙ В РЕДАКЦИЮ
И ТРЕБОВАНИЯ К АВТОРСКИМ
ОРИГИНАЛАМ**

Научно-теоретический журнал «Социология города» (далее — Журнал) издается для ознакомления научной общественности с результатами научных исследований в области социологии, философии, культурологии и других гуманитарных наук ученых ВолгГАСУ и других научных организаций и вузов.

Учредителем Журнала является ученый совет университета.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-27329 от 28 февраля 2007 г. Выдано Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Журнал зарегистрирован Международным центром ISSN, ISSN 1994-3520.

Журнал выходит четырежды выпусками в год (ежеквартально).

Требования к оформлению статей. Статью необходимо представить на электронном носителе и в распечатанном виде (2 экз.) в сопровождении выписки из протокола заседания кафедры и одной рецензии. К статьям прилагается экспертное заключение о возможности опубликования в открытой печати.

В статье приводятся: индекс УДК; на русском и английском языках: фамилия и инициалы автора, заглавие, аннотация (до 500 знаков), ключевые слова.

На отдельном листе помещаются сведения об авторах (фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, звание, должность, место работы; наименование и код научной специальности (по Номенклатуре), по которой автор проводит диссертационное исследование; почтовый адрес, телефон и адрес электронной почты для связи с редакцией); текст статьи и сведения об авторах заверяются личной подписью автора (авторов) статьи.

Объем статьи — от 3 до 7 с. установленного формата журнала (см. ниже), включая название, аннотации, ключевые слова, текст, таблицы, рисунки, библиографический список. Последняя страница считается полной независимо от фактического заполнения.

Оригинал статьи должен быть набран с помощью пакета программ *Microsoft Office (Word 2003)*; шрифт основного текста — Times New Roman (Сур) № 11 (11 пунктов). Параметры страницы — поля, см: верхнее — 3,7; нижнее — 4,5; левое — 2,0; правое — 6,0; переплет — 0, поля зеркальные. Расстояние от края до верхнего колонтитула, см — 3,0, от края до нижнего колонтитула — 3,7. Абзацный отступ равен 0,75 см. Межстрочный интервал одинарный. Автоматически устанавливаются переносы (не более 4 подряд в одном абзаце). Автоматически устанавливается запрет висячих строк.

Для набора формул используется редактор формул *Microsoft MathType 5*; по умолчанию устанавливаются размеры шрифта для одно- и двухстрочных формул: обычного — 11 пт, крупного и мелкого индекса — соответственно 8 и 6 пт, крупного и мелкого символа — соответственно 16 и 11 пт. Греческие и русские буквы набираются прямым шрифтом, латинские — курсивом. Если написание в формулах отличается от традиционного, автор должен сделать соответствующие пометки на полях распечатанной статьи,

при этом греческие буквы обводятся красным карандашом, готические — синим. Формулы выключаются в левый край с абзацным отступом. Запись формулы выполняется автором с использованием всех возможных способов упрощения и не должна содержать промежуточные преобразования.

Векторные рисунки, сохраненные в формате WMF, *растровые* — в TIF или BMP, *графики и диаграммы*, построенные в *Microsoft Excel*, дополнительно помещаются на электронный носитель отдельными файлами. Имя файла должно соответствовать наименованию или номеру рисунка в тексте статьи. Кроме того, *иллюстрации* обязательно присылаются распечатанными на отдельных листах формата А4 в масштабе 1:1, в пригодном для сканирования виде. Размер шрифта текста в рисунках — 9-10 пт. *Подписи к рисункам* выполняются непосредственно в тексте статьи шрифтом Times № 10 (10 пт), экспликация в подрисуночной подписи — Times № 9 (9 пт). Для сжатия больших файлов использовать архиваторы *Arj* и *WinZip*, *WinRAR*.

Цветные и черно-белые фотографии присылать в оригинальном виде с подписями на обороте. Цифровые фотографии выполнять с разрешением не менее 300...600 dpi, присылать в электронном виде в любом графическом формате, кроме .jpg.

Текст *таблиц* набирается шрифтом Times New Roman (Сур) № 10 (10 пунктов).

В *библиографическом списке* приводится только цитируемая в статье литература. Источники группируются в списке в порядке упоминания в тексте. Ссылки на источники приводятся в тексте в квадратных скобках. В библиографическую запись включаются только основные элементы библиографического описания (ГОСТ 7.1—2003). Разделительные знаки «тире» между областями опускаются. Шрифт Times New Roman (Сур) № 9 (9 пунктов).

Авторы статей несут всю полноту ответственности за содержание статей и за сам факт их публикации. Редакция журнала не несет никакой ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, нанесенный публикацией статьи. Редакция исходит из того, что, в соответствии с законодательством в части авторского права, автор, направляя статью в редакцию, полностью соглашается с условиями редакции и, следовательно, только сам лично несет ответственность за использование в тексте статьи материалов третьих лиц и соблюдение их авторских прав. Все права автора и вся полнота его ответственности сохраняются и после публикации статьи в журнале.

Порядок рецензирования. Статьи обсуждаются редколлегией, рецензии, поступившие в сопроводительных материалах, учитываются. В спорных случаях статьи могут быть направлены редакцией на дополнительную внутреннюю или внешнюю экспертизу (рецензирование) и опубликованы только при положительном заключении. Копия заключения предоставляется автору.

Статьи, не отвечающие изложенным требованиям, редколлегией не принимаются. Материалы, не принятые к опубликованию, авторам не высылаются.

Редакция имеет право производить сокращения и редакционные изменения текста. Корректур статей авторам не предоставляется. Согласование редакционных и авторских изменений текста статьи (переписка, тел. переговоры) производится за счет автора.

Гонорар за опубликование статьи не выплачивается, плата за публикацию статей с автором не взимается.

КОМПЛЕКТОВАНИЕ ОЧЕРЕДНОГО НОМЕРА ЗАВЕРШАЕТСЯ ЗА 3 МЕСЯЦА ДО ПЛАНИРУЕМОГО ВЫХОДА В СВЕТ.

Примерный график выпуска журнала:

- март (прием статей до 1 декабря);
- июнь (прием статей до 1 марта);
- сентябрь (прием статей до 1 июня);
- декабрь (прием статей до 1 сентября).

Тематические рубрики: в Журнале публикуются научные статьи и другие материалы по вопросам социологии, философии, экономики, политологии и других гуманитарных наук в соответствии с основными тематическими рубриками: «Человек в современном городе», «Город как экономическая система», «Город и власть», «Архитектурное пространство индустриального города», «Техносфера современного города: город и экология».

Направлять статьи и обращаться по вопросам об условиях их публикации и приобретения очередного номера журнала по адресу: 400074, Волгоград, ул. Академическая, 1, ком. В-508. Гл. ред. журнала «Социология города» Навроцкому Б.А. (тел. (8-442)-96-99-25).

По вопросам подготовки авторского оригинала статьи к печати обращаться по адресу: 400074, Волгоград, ул. Академическая, 1, ком. В-210, редакционно-издательский отдел ВолГАСУ. Тел. (8-442)-96-98-28. E-mail: gorachevae@mail.ru.

Для заметок

Научное издание

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

2008. № 2

Научно-теоретический журнал

Редактор *О.Е. Горячева*

Корректор *М.Л. Песчаная*

Компьютерная правка и верстка *О.Е. Горячева, О.В. Горячева*

Компьютерный дизайн обложки *Т.М. Потокينا-Курилкина, О.Ю. Мелешин*

Подписано в печать 23.12.08.

Формат 70 × 108/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.

Уч.-изд. л. 4,1. Усл. печ. л. 5,4. Тираж 500 экз. Заказ №

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет»

Редакционно-издательский отдел

Отпечатано в секторе оперативной полиграфии ЦИТ ВолгАСУ
400074, Волгоград, ул. Академическая, 1