

$$\text{ИП} = \text{ПП} + \text{ФП} + \text{РП} + \text{ЦП},$$

где ПП — производственный потенциал; ФП — финансовый потенциал; РП — рыночный потенциал; ЦП — цифровой потенциал.

Для определения частных потенциалов необходимо воспользоваться детальным подходом. В зависимости от полученного значения показателей им присваивается определенный уровень: высокий, средний или низкий — с присвоением соответствующей оценки: 3, 2 или 1.

Оценка i -го частного потенциала будет иметь следующий вид:

$$\text{ЧП}_i = \sum x_i \cdot \alpha_i,$$

где ЧП_i — частный i -й потенциал, x_i — отдельный показатель i -го частного потенциала, α_i — весовой коэффициент оценочного критерия x_i .

Таким образом, поскольку во множестве работ, посвященных оценке инвестиционного потенциала предприятия, методические аспекты разработаны далеко не в полной мере, на данном этапе не существует единого подхода к такой оценке. Это обстоятельство в очередной раз подтверждает актуальность выбранной тематики исследований и необходимость дальнейшей работы в этом направлении с обязательным принятием во внимание цифровой составляющей в системе предприятия.

Источники

1. *Муравьева, Н.Н.* Методика оценки инвестиционного потенциала коммерческих организаций: комплексный подход / Н.Н. Муравьева // Экон. анализ: теория и практика. — 2015. — № 42. — С. 52–62.
2. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить / под ред. Е.Г. Потаповой, П.М. Потеева, М.С. Шклярук. — М. : РАСНХиГС, 2021. — 184 с.

В.О. Мольцан

Научный руководитель — доктор филологических наук Н.И. Курганова

ОБРАЗ РОССИИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ВОСПРИЯТИЯ БЕЛОРУСОВ

Изучение образов страны в восприятии других народов — ценный и перспективный ресурс внешней и внутренней политики, а также развития добрососедских отношений и налаживания взаимовыгодного сотрудничества. В этой связи данная статья посвящена изучению

образа России в языковом сознании белорусов на основе проведения ассоциативного эксперимента. Анализ результатов индивидуального анкетирования позволил выделить стереотипное ядро ассоциативного поля образа России в сознании белорусов, а также когнитивные слои, отражающие основные направления осмысления России белорусами.

Цели нашей работы — провести моделирование и описать содержание и структуру образов России в языковом сознании белорусов.

Материалом исследования послужили данные, полученные в ходе ряда ассоциативных экспериментов, проведенных в Республике Беларусь в период с 2019 по июль 2020 г. с участниками в возрасте от 16 до 77 лет. В ходе анкетирования от белорусских респондентов на слово-стимул «Россия» было получено 956 ассоциативных реакций, ранжирование которых в порядке частотности позволило сформировать *ассоциативное поле* (АП) «Россия: белорусы».

Анализ и обработка АП «Россия: белорусы» проводились в несколько этапов по методике Н.И. Кургановой [1, с. 95–98], каждый из которых имел свои цели и задачи. На первом этапе было сформировано стереотипное ядро АП «Россия: белорусы» (табл. 1 и рис. 1), которое содержит 288 ассоциатов, выраженных словом или словосочетанием, что составляет 30 % содержания поля (100 % — 956 ассоциатов). В состав ядра вошли следующие вербальные компоненты: *Путин (68), соседи (45), большая (35), Москва (35), Санкт-Петербург (27), медведь (18), водка (17), коррупция (15), друг (14), нефть (14)*. Таким образом, исходя из содержания стереотипного ядра ассоциативного поля «Россия: белорусы», делаем вывод, что Российская Федерация воспринимается белорусами в первую очередь через образ президента страны.

Таблица 1

Стереотипное ядро АП «Россия: белорусы»

Вербальный компонент	Количество ассоциатов
Путин	68
соседи	45
большая	35
Москва	35
Санкт-Петербург	27
медведь	18
водка	17
коррупция	15
друг	14
нефть	14
<i>Всего</i>	288

Источник: собственная разработка СНИЛ.

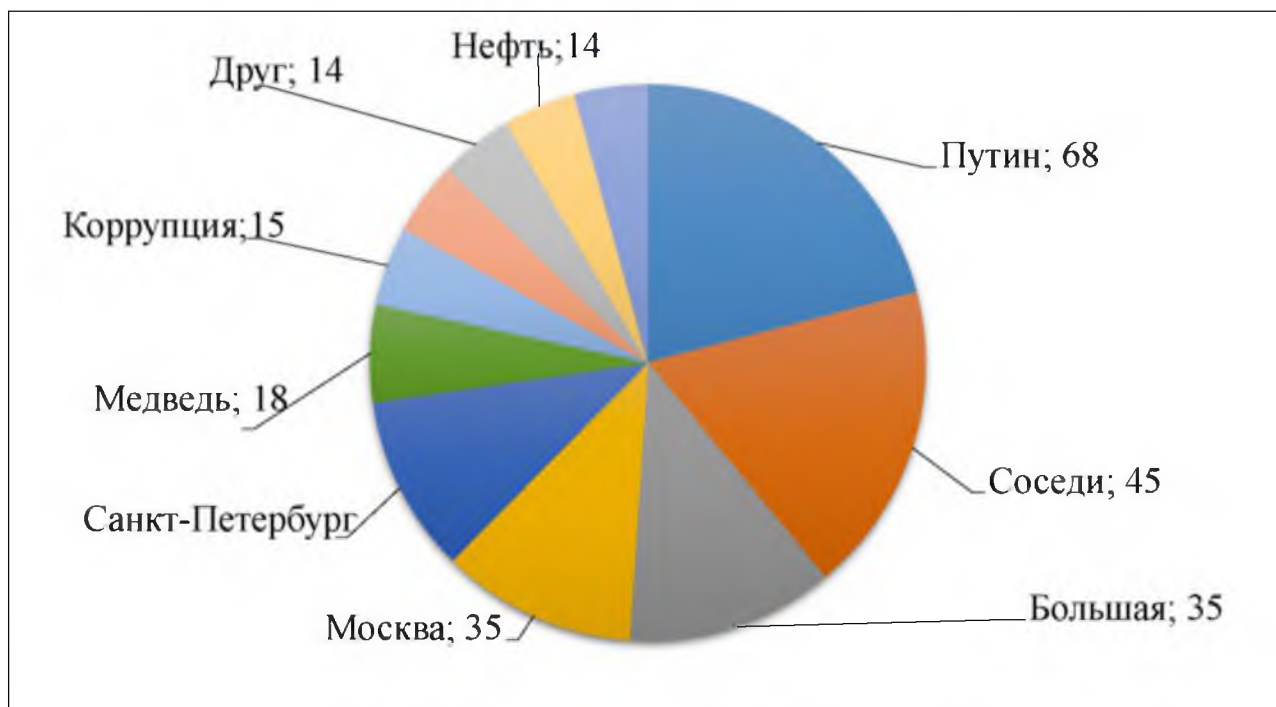


Рис. 1. Стереотипное ядро АП «Россия: белорусы»

Источник: собственная разработка.

Важную роль в идентификации белорусами России играет указание на тип взаимоотношений России и Беларуси: они — страны-соседи, где живут наши друзья (*соседи (45), друг (14)*). Кроме того, Россия идентифицируется белорусами сквозь призму ее размеров (*большая (35)*) и крупнейших городов (*Москва (35), Санкт-Петербург (27)*), а также природных богатств (*нефть (14)*) и артефактов (*водка (17)*). В стереотипном ядре белорусов присутствуют указания на такие негативные явления российской действительности, как коррупция (*коррупция (15)*), а также стереотипы восприятия (*медведь (18)*).

На втором этапе исследования структурных параметров образа-концепта России сквозь призму восприятия белорусов была проведена классификация всех ассоциатов поля «Россия: белорусы» по тематическому принципу. Необходимо отметить, что основой для моделирования когнитивной структуры послужили количественные подсчеты и ранжирование слоев структуры с учетом их наполняемости. В результате выделены следующие **когнитивные слои** образа-концепта «Россия» в восприятии белорусов:

- *свойства, качества, оценка, отношение к России (353 ассоц.): большая (35), коррупция (15), многонациональная (8), сила (8), агрессия (5), великая (5), бедность (4), другая (4), грубость (3), дружная (3) и др.;*

- *культурное достояние России* (125 ассоц.): русский язык (13), матрешка (8), флаг (8), история (6), Кремль (6), Пушкин (5), балалайка (4), православие (3), киноиндустрия (2), русская литература (2) и др.;
- *отношения Беларуси с Россией* (116 ассоц.): соседи (45), друг (14), братья (9), союз (9), родственники (7), зависимость (4), партнер (3), помощь (3), заработок (2) и др.;
- *россияне* (89 ассоц.): Путин (68), Навальный (4), Медведев (3), семья (3), люди (2), олигархи (2) и др.;
- *география России* (78 ассоц.): Москва (35), Санкт-Петербург (27), Сибирь (10) и др.;
- *экономика и политика России* (73 ассоц.): нефть (14), газ (10), деньги (6), армия (2), Москва-Сити (2), санкции (2) и др.;
- *образы России* (59 ассоц.): дороги (6), толпа (5), зима (4), пробки (4), отдых (3), работа (2) и др.;
- *природа России* (36 ассоц.): медведь (18), тайга (4), Байкал (2) и др.;
- *дефиниции России* (25 ассоц.): страна (13), держава (3), авторитет (2), федерация (2) и др.;
- *гастрономия и кухня России* (22 ассоц.): водка (17), блины (2) и др.

Ранжирование когнитивных слоев в соответствии с количественными данными позволило смоделировать *когнитивную структуру* АП «Россия: белорусы» (табл. 2 и рис.2).

Таблица 2

Когнитивная структура АП «Россия: белорусы»

Слой	Доля, %
Свойства, качества, оценка, отношение к России	37
Культурное достояние России	13
Отношения Беларуси с Россией	12
Россияне	9
География России	8
Экономика и политика России	8
Образы России	6
Природа России	4
Дефиниции России	3
Гастрономия и кухня России	2

Источник: собственная разработка СНИЛ.

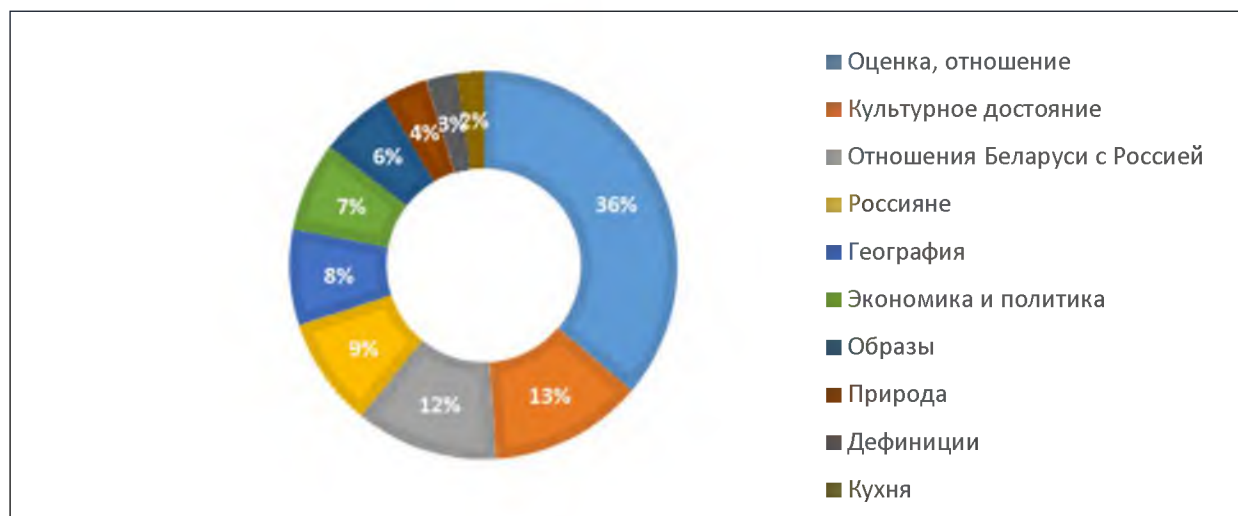


Рис. 2. Структура АП «Россия: белорусы»

Источник: собственная разработка СНИЛ.

Характерно, что в целом когнитивная структура представляет собой обыденное знание о России как иерархически организованное. При этом выделенные слои имеют существенные количественные различия, которые свидетельствуют о разной актуальности того или иного направления осмысления страны-соседа в языковом сознании белорусов.

В итоге мы получили когнитивную структуру, включающую 10 когнитивных слоев, которые отражают основные направления осмысления России в сознании белорусов. Таким образом, образ-концепт «Россия» характеризуется белорусами: сквозь призму субъективной оценки, атрибуции свойств, качеств и отношения к стране (*большая (35), сила (8), другая (4)*); как страна с особым культурным наследием (*история (6), русская литература (2)*); путем определения взаимоотношений между Россией и Беларусью (*соседи (45), друг (14), союз (9)*).

Ведущими когнитивными слоями являются:

- свойства, качества, оценка, отношение к России (доля — 37 %);
- культурное достояние России (доля — 13 %);
- отношения Беларуси с Россией (доля — 12 %).

Таким образом, когнитивная структура образа России иерархически упорядочена и включает 10 слоев, различающихся своей наполняемостью, что указывает на их неоднородность. Ранжирование данных слоев в порядке убывания наполняемости наглядно демонстрирует различную значимость выделенных слоев в структуре языкового сознания участников эксперимента.

Проанализировав структурные и операциональные параметры ассоциативного поля «Россия: белорусы», можно сделать вывод, что образ России идентифицируется белорусами: сквозь призму субъективной оценки и отношения к

братской стране; как страна с особым культурным наследием; сквозь призму взаимоотношений Беларуси и России; как страна с отличительными природными богатствами и географическими компонентами; как страна с особой политикой и экономикой.

Результаты проведенного исследования могут иметь большое практическое и социальное значение при строительстве Союзного государства. Они также могут быть востребованы в ходе дальнейших разработок проблемы взаимовосприимчивости стран и народов в областях психолингвистики, этнопсихолингвистики и межкультурной коммуникации.

Источник

1. Курганова, Н.И. Образ мира через призму концептов повседневности : монография / Н.И. Курганова. — Минск : РИВШ, 2020. — 200 с.

А.Д. Муратова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.М. Маркусенко

ЗЕЛЕНЬЙ КОНВЕЙЕР КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОРМОВОЙ БАЗЫ ДЛЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА

Рассмотрен механизм организации зеленого конвейера для молочного скотоводства. Обоснованы источники и выполнены расчеты потребности крупного рогатого скота в зеленых кормах по сельскохозяйственному производственному филиалу (СПФ) «Дричин» ОАО «Минский молочный завод № 1».

Высокий уровень продуктивности молочного скотоводства, являющийся первостепенным условием эффективного развития отрасли, можно обеспечить прочной кормовой базой, одним из инструментов формирования которой является зеленый конвейер.

Зеленый конвейер — организация бесперебойного снабжения животных зеленым кормом в течение всего пастбищного периода в размерах, полностью удовлетворяющих потребность скота [1]. При проектировании зеленого конвейера уточняются площади естественных пастбищ, посевов многолетних и однолетних трав, оценивается возможная урожайность. Далее рассчитываются весовые параметры зеленой массы трав, которые могут быть получены с запланированной площади в помесечном разрезе. Возможный выход зеленой массы в полном объеме должен закрывать ежесуточную потребность в ней животных основного стада и молодняка с учетом запланированного оборота стада.