

S. A. Zinchuk

С. А. Зинчук

БНТУ (Минск)

Научный руководитель А. Ф. Филимонова

21世纪的北欧模式：可持续性、挑战与未来展望

Скандинавская модель в XXI веке: устойчивость, проблемы и перспективы на будущее

这项研究的目的是分析斯堪的纳维亚社会民主模式在二十一世纪面临的挑战背景下的现状，并确定其在全球化、人口变化和移民进程中的适应潜力。事实上，我们想知道，几十年来一直被视为福祉典范的这一制度是否能够保持相关性和可行性，或者是否必须不可避免地变成根本不同的制度。换句话说，这是为了弄清楚斯堪的纳维亚模式是否确实具有使它能够面对现代挑战时成功运行的工具，或者传统的社会保护机制是否已经过时，需要进行彻底的重新思考。

斯堪的纳维亚国家长期以来一直被视为社会福祉的典范，向世界展示了组织社会的创新方法。丹麦、芬兰、瑞典和挪威建立了一些体制，在这些体制中，一个强大的国家保障其公民的体面生活水平，社会建立在相互信任和平等的基础上。这种方法产生了令人印象深刻的结果：贫困率低、教育质量高、普及优质医疗。但是，现代世界给这种模式的运作带来了严重障碍。主要挑战是人口问题：如果以前有足够数量的年轻工人可以为老年人的养老金提供资金，那么今天的情况正在发生根本变化-工作年龄人口的数量正在减少，养老金领取者的数量正在增加，这有可能破坏社会保障体系的基础。同时，全球化进程迫使公司寻找税收较低的国家，从而破坏了斯堪的纳维亚国家的税收基础并威胁了它们的金融稳定。移民潮带来另一个挑战：新居民难以融入劳动力市场，这加剧了社会紧张局势和不平等，逐渐削弱了传统的团结价值观。

但是，斯堪的纳维亚国家并没有通过积极制定适应战略来应对这些挑战。他们投资于绿色经济，提高退休年龄，改革社会保障体系。丹麦的“柔性化”概念值得特别关注-将灵活的劳动力市场与强大的失业支持系统相结合，使经济能够适应变化，同时又不失对人类福祉的关注。

根据所进行的分析，可以说斯堪的纳维亚模型正处于转型的关键点，尽管它的未来命运绝非成定局。主要结论是，该模型最紧迫的问题-人口危机，全球化引起的税收竞争以及移民融入社会的困难-不是通过放弃其关键原则来解决，而是通过

创造性的重新思考和适应来解决。丹麦的“变形”概念等方法表明，将灵活的劳动力市场与强大的失业支持系统结合起来，可以有效地替代根本性的重组。然而，必须承认，这种平衡极为脆弱，需要不断调整政策。很明显，斯堪的纳维亚国家意识到需要在创新技术和环保发展方面进行长期投资，从而使它们不仅能够以价格竞争，而且能够以质量和环保来竞争。最根本的结论是自相矛盾的：一个不怕干涉经济并保证其公民体面生活水平的国家如果愿意不断更新和重新评估其战略，就可以在世界舞台上保持竞争力。斯堪的纳维亚模式的未来取决于这种变革意愿，同时保持平等和团结的根本价值观。

参考

1. *Brandal, N.* The Nordic Model of Social Democracy / N. Brandal, Ø. Bratberg, D. E. Thorsen // Springer Nature Link. – URL: <https://link.springer.com/book/10.1057/9781137013279> (date of access: 15.11.2025).

2. *Andersen, T. M.* The Future of the Nordic Model: Challenges and new directions / T. M. Andersen // ETLA. – URL: <https://www.etla.fi/wp-content/uploads/The-Future-of-the-Nordic-Model.pdf> (date of access: 15.11.2025).

О. Тірко

О. В. Типко

БГУИЯ (Минск)

Научный руководитель А. Ф. Филимонова

中国电子品牌在俄语互联网领域的营销话语特点

Особенности маркетингового дискурса китайских брендов электроники в русскоязычном сегменте интернета

中国作为白俄罗斯消费电子产品生产和出口的领导者，其地位的巩固已成为当代经济的一个事实[1]。根据中国工业和信息化部数据，2025年上半年消费品出口额超过39.6亿美元[2]。此外，2024年签署的《中华人民共和国工业和信息化部和白俄罗斯共和国工业部工业联合发展综合战略实施路线图》[3]代表了一项扩大两国贸易额的计划，并论证了研究消费电子领域术语的必要性，该领域是中国主要出口利基市场之一。

研究目的 – 揭示并分析中国电子品牌在俄语互联网领域营销话语的特点，其核心在于对术语、口号及功能描述从全球版本到针对目标受众实用利益和文化代码的语言进行语义与结构上的适应，以避免直译，转向功能对等和用户体验，从而确保在白俄罗斯及其他独联体国家市场中实现有效沟通与产品的成功整合。