

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ярославский филиал**

КОММУНИКАЦИЯ – ОБЩЕСТВО – ЧЕЛОВЕК

*Сборник научных трудов
IV Национальной научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием*

Ярославль 2025

УДК 33:061.3
ББК 65
К 04

Печатается по плану изданий
Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

К 04 КОММУНИКАЦИЯ – ОБЩЕСТВО – ЧЕЛОВЕК / Сборник научных трудов IV Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием / кол. авторов; под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустиной. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2025. 474 с.

ISBN 978-5-6054059-1-7

УДК 33:061.3
ББК 65

Данный сборник составлен по материалам IV Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Коммуникация – общество – человек».

В сборник вошли доклады участников, которые представили исследования по направлениям работы конференции: жанровые аспекты речевой коммуникации; человек в пространстве текста; социально-политические аспекты коммуникации; рекламный и PR-дискурс в современном информационном пространстве; современный человек и сми; социально-экономические проблемы общественного развития; информатизация и цифровизация общества; межкультурная коммуникация и коммуникация в методике преподавания и воспитания в школьном и вузовском образовании.

А также в него включены научные доклады участников молодежной (студенческой) секции конференции.

© Коллектив авторов, 2025
© Ярославский филиал
Финуниверситета, 2025

ISBN 978-5-6054059-1-7

Оглавление

Доклады пленарного заседания	9
<i>Третьякова И.Ю., Кудрявцева Е.В.</i> Фразеологизмы с компонентом пёс/собака как средство выражения речевой агрессии	9
<i>Турбан Г.В.</i> Китай в 21-м столетии: экономическое развитие и межкультурная коммуникация	16
<i>Киселев А.А.</i> Современные проблемы формирования субъектной позиции студентов в отечественных вузах как фактора подготовки их, как будущих профессионалов и пути их решения.....	20
<i>Мильто А.В.</i> Язык и гендер: коммуникативные методики в борьбе за социальное равенство	25
<i>Лагузова Е.Н.</i> Особенности синтаксической структуры заголовков в печатных СМИ	31
Секция 1. Человек в пространстве текста	37
<i>Гусева Л.А.</i> Речевые стереотипы самооценки	37
<i>Лукьянчикова Н.В., Курилова К.М.</i> Мотивная структура цикла И.А. Бунина «Темные аллеи» и ее осмысление читателями	42
<i>Лукьянчикова Н.В., Сесекин А.А.</i> «Гоголевский след» в произведениях Дмитрия Мордаса (на материале рассказа «Зайчик»)	47
<i>Прусова Е.Н.</i> Приёмы комического в рассказе А. Вампилова «На другой день»	51
<i>Филонова Ю.А.</i> Цветовая деталь в произведениях детской литературы (на материале повестей Л.Ф. Воронковой)	55
Секция 2. Социально-политические аспекты коммуникации	61
<i>Акинина М.В.</i> Роль средств массовой информации в современном обществе.....	61
<i>Бобылева Н.И.</i> «Они не знают, что мы знаем, что они не знают». Как зарабатывают на узнаваемости образовательной организации?	64
<i>Горюнов А.П.</i> Социальные формы организации ислама в инокультурных регионах: конкуренция этнических общин и религиозных институтов	72
<i>Ермоленко М.О.</i> Коммуникация как важный фактор формирования финансовой культуры	81
<i>Калинкина И.В.</i> Клиповое мышление как специфическая форма обработки информации в эпоху цифровизации	84
<i>Кольшикина Т.Б., Шустина И.В.</i> Внешние коммуникации как инструмент создания медиаобраза Ярославля	92

<i>Лукьянчикова Н.В., Беляева П.М.</i> Обучение речевому этикету в социальных сетях: комментарии, хейт, конструктивный диалог (на материале ВК и Яндекс.Дзена)	100
<i>Рыбакова А.А.</i> Формирование медиаобраза глав регионов: сравнительный анализ Ярославской, Вологодской и Костромской областей	103
Секция 3. Рекламный и PR-дискурс в современном информационном пространстве	107
<i>Ван Цзинцзин.</i> Прагматический потенциал советизмов в медиадискурсе России и Китая: сравнительный анализ	107
<i>Гончарова Л.М.</i> Параметрические и темпоральные прилагательные в рекламных текстах сферы туризма	112
<i>Давыдова К.А., Гончарова Л.М.</i> Культурные коды в современной российской рекламе: лингвосемиотический аспект	118
<i>Инь Синьтин.</i> Гендерный характер медиатекстов о моде (на материале российских и китайских медиа)	121
<i>Илиндеева М.В.</i> Психология убеждения и когнитивные технологии продаж в рекламном тексте страховой компании	127
<i>Леонович А.Н., Васюкевич А.С.</i> Как продавать поколению Z	131
<i>Селиверстова Е.А.</i> Лексика с положительной коннотацией в рекламных текстах о российских вузах	136
<i>Скрипникова Н.Н.</i> Цифровой контент и современные речевые практики	140
<i>Тихонова О.А.</i> Кибербезопасность как основная тема социальной рекламы в текущем году	143
Секция 4. Социально-экономические проблемы общественного развития	147
<i>Габайдулин Р.В., Вечеркова Д.В.</i> Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества	147
<i>Илиндеева М.В.</i> Экономические эффекты медицинского страхования пенсионеров	152
<i>Любимовская Г.В.</i> Семья как основа патриотического воспитания при изучении курса «Основы российской государственности»	156
<i>Кваша В.А., Юрченко А.В.</i> Цифровой рубль как полноценное средство платежа	160
<i>Колесов Р.В., Невидина В.С.</i> Оценка экономического потенциала Ярославской области и перспективы его реализации	166
<i>Колтазанова Е.В.</i> К вопросу о профессионализации судебного представительства на базе адвокатуры	170

<i>Комаров А.В.</i> Социально-экономические проблемы развития общества и пути их решения	173
<i>Краснова Г.Н.</i> Динамика инновационной деятельности Ярославской области	179
<i>Кузнецова С.В.</i> Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки	184
<i>Логонова Т.В., Хованская П.П.</i> Значение государственных корпораций для развития российской экономики в современных условиях	188
<i>Неклюдов В.А.</i> Современные аспекты социально-экономического взаимодействия лидеров БРИКС	192
<i>Полтавец О.А.</i> Цифровая трансформация бизнеса	197
<i>Тарасова А.Ю.</i> Современные аспекты управления государственными финансовыми активами	200
<i>Шестакова Н.Н.</i> Особенности бюджетного процесса в 2025 году	205
<i>Шестакова М.В.</i> Оценка потенциала региональной логистики в экономике России на примере Красноярского края	209
Секция 5. Информатизация и цифровизация общества	213
<i>Батракова Л.Г.</i> Мошенничество в эпоху цифровых технологий	213
<i>Богун В.В.</i> Применение единой информационной среды для организации образовательного процесса	218
<i>Габайдулин Р.В., Ерофеев И.А.</i> Искусственный интеллект как новый этап цифровизации общества	223
<i>Гребенко Е.Д., Козлова И.И., Кукушкин В.Е.</i> Социальное рейтингование в контексте современного общественного восприятия: риски доверия и возможности имплементации	227
<i>Донкова Н.В.</i> Цифровой рубль как элемент цифровизации общества	231
<i>Карасев А.П.</i> Возможности и перспективы использования искусственного интеллекта в маркетинге	236
<i>Карташева О.В.</i> Применение систем искусственного интеллекта при работе со списком литературы	241
<i>Мудревский А.Ю.</i> Концепция демографической политики Российской Федерации на современном этапе	245
<i>Сальников А.М.</i> 3D-билборды: исследование эффективности нового формата наружной рекламы	249
<i>Сидорчук И.С.</i> Цифровизация экономики: проблемный аспект	254
<i>Сухонина Н.А., Соловьева Д.Д.</i> Фейковые новости как угроза национальной безопасности	260
<i>Полтавец О.А.</i> Защита персональных данных в эпоху цифрового мира	265

<i>Русакова К.В.</i> Финансовая грамотность населения в условиях цифровой экономики	268
<i>Тихонов Д.В.</i> Большие данные в системах государственного управления: методология анализа и вызовы внедрения	272
<i>Шестакова М.В.</i> Современное развитие и цифровизация госзакупок	275
Секция 6. Межкультурная коммуникация	279
<i>Дурмаз Н.О.</i> Некоторые рекомендации по переводу лексических единиц английского научно-технического текста военно-профессиональной направленности	279
<i>Кабанова Л.В.</i> Коммуникативный характер образовательного процесса и оценка знаний в военном вузе.....	284
<i>Родонова С.Ю., Лесных В.Э.</i> Лингвокультурный аспект пассивных структур русского языка в обучении русскому языку как иностранному	288
<i>Родонова С.Ю., Никонорова А.С.</i> Учебная литература по русскому языку как иностранному (I сертификационный уровень): критерии выбора в помощь преподавателю	293
<i>Родонова С.Ю., Кузьмина Е.В.</i> Особенности восприятия категории вида в русском языке херитажными обучающимися	298
Секция 7. Коммуникация в методике преподавания и воспитания в школьном и вузовском образовании	303
<i>Сергеева О.А., Родин А.Б., Козлов Г.А.</i> Эффективность вербальных и невербальных средств коммуникации в преподавательской деятельности	303
<i>Богун В.В.</i> Мониторинг реализации учебного процесса при организации дистанционной образовательной деятельности	308
<i>Грачева Ю.В.</i> Преподавание иностранного языка в формате микрообучения	313
<i>Голубев Д.А., Жильцова Т.Н.</i> Коммуникативный метод: путь к свободному владению иностранным языком?.....	318
<i>Киселева Н.В.</i> Искусство как собеседник: развитие речевой культуры на уроках русского языка через диалог с живописью	324
<i>Курадовец А.И., Погоцкая А.А., Цибульская М.Д.</i> Коммуникация в условиях гибридного (онлайн-офлайн) формата обучения	330
<i>Логинова И.Н.</i> Использование интерактивных онлайн-досок и платформ для создания интерактивных игр при обучении английскому языку: из опыта работы	335

<i>Макарцева К.В.</i> Особенности формирования основ коммуникативной компетенции учащихся начального этапа обучения иностранному языку	341
<i>Маслова В.С.</i> Развитие навыков критической оценки цифрового контента в профессиональной сфере PR при обучении иноязычной коммуникации	346
<i>Мейкшане Т.А.</i> Обучение ассертивной коммуникации на внеаудиторных занятиях в зарубежных университетах	350
<i>Цветкова О.Л.</i> Человеческое, слишком человеческое: методологические основания преподавания дисциплины «Этика государственного и муниципального управления».....	355
<i>Страхова Н.В., Кургузов В.С.</i> Внедрение электронных курсов в образовательный процесс высших учебных заведений Ярославской области по материалам анкетирования	360
<i>Уланова Г.А.</i> Роль коммуникативных практик в обеспечении психологического благополучия обучающихся на основе системно-деятельностного подхода	365
<i>Страхова Н.В., Лукьянчикова Н.В.</i> Влияние локального пространства на образовательные результаты: урок в музее	370
<i>Шумкина О.Н.</i> Коммуникативные виды сочинений в начальной школе	374
Молодежная (студенческая) секция	378
<i>Астапович А.Г.</i> Социально-экономические последствия санкционного давления и деглобализации: поиск моделей адаптации национальной экономики	378
<i>Беляев Ф.А.</i> Эволюция публичного управления в России: от марксистско-ленинской парадигмы к либеральной модели (философско-управленческий анализ).....	382
<i>Беляевская У.Е., Браво М.Х.</i> Специфика проведения маркетинговых исследований в Интернете	386
<i>Бокова В.А., Тяпугина С.С.</i> Анализ проявления гражданской позиции молодежью региона	390
<i>Бокова В.А., Шахов В.Н.</i> Механизмы защиты молодежи и иных возрастных групп населения от мошеннических действий в банковской сфере	394
<i>Булавина Р.Ю.</i> Экологическая составляющая логистических процессов в России.....	400
<i>Буторина Т.С., Сауткина А.К.</i> Использование контент-маркетинга в профорientационных медиапроектах на примере работы с молодежной аудиторией	404

<i>Гегужевичене Д.Е., Солнцева К.А.</i> Анализ динамики объема услуг почтовой связи на душу населения в России	407
<i>Горбань М.М.</i> Книжный клуб: интерактивное средство формирования читательской культуры у молодого поколения.....	412
<i>Докукин Н.И.</i> Фактор индустрии 4.0 в реализации цели технологического лидерства РФ	415
<i>Иванова В.В., Малинова Д.М.</i> Оценка развития мер поддержки малого и среднего предпринимательства в Ярославской области	419
<i>Игнаткова В.А.</i> Муниципальная служба в РФ: проблема кадрового обеспечения	424
<i>Ключин Д.А., Соболев С.А.</i> Исследование отношения студентов к различным видам внеучебной деятельности	427
<i>Круглов К.А.</i> Инновационное развитие Ярославской области: анализ динамики и кластерный потенциал	431
<i>Курицын И.П., Товмасын Н.Э.</i> Становление и развитие системы государственного управления в России: исторический путь к цифровой трансформации	434
<i>Лу А.Д.</i> Влияние культурных различий на международные отношения и контрмеры	439
<i>Малькова К.Е.</i> Влияние санкций на российскую логистику и адаптация отрасли	442
<i>Мамонтова В.Д., Пугачева Е.Е.</i> Симулякры как новая социальная реальность	446
<i>Мурашко Я.Ю., Шинкарева Я.Н.</i> Хофстеде для МСБ: Межкультурная коммуникация в международных переговорах	451
<i>Наумова М.Д., Щербакова Д.А.</i> Инфлюенсеры и лидеры мнений в маркетинге	455
<i>Новикова А.А.</i> Актуальность государственной политики по поддержке семейных ценностей на уровне субъекта РФ (на примере Ярославской области)	460
<i>Хованская П.П.</i> Актуальные проблемы страхования банковских вкладов в России и за рубежом	463
<i>Яблокова Е.С.</i> Отечественная и зарубежная практика внедрения профессиональных стандартов	469

УДК 81'22

Фразеологизмы с компонентом пёс/собака как средство выражения речевой агрессии

Третьякова И.Ю., доктор филол. наук, доцент

Кудрявцева Е.В., преподаватель

Костромской государственный университет

Аннотация. В статье рассматриваются фразеологические единицы с компонентами пёс/собака на предмет способности данных фразеологизмов употребляться в специфических коммуникативных ситуациях в качестве средств выражения агрессии. Выявляются особенности функционирования фразеологизмов при выражении открытой и скрытой, прямой и непрямой агрессии.

Ключевые слова: речевая агрессии, фразеологизмы-зоонимы, средства выражения речевой агрессии

Idioms with the DOG component as means of demonstrating verbal aggression

Tretiakova I. Yu., DScs (Philology), Associate Professor

Kudryavtseva E. V., Teacher

Kostroma State University

Abstract. The article studies the phraseological units with the DOG component and their competence to be applied in communicative situations as means of showing aggression. The research identifies peculiarities of idiomatic functioning while expressing open and hidden, direct and indirect aggression.

Keywords: verbal aggression, animalistic idioms, means of expressing verbal aggression

Современное мировое общество характеризуется высокой конфликтногенностью. Конфликты наблюдаются в деятельности всех социальных институтов, социальных групп, во взаимоотношениях между людьми. Конфликты проявляются в самых различных формах, разными способами. Одним из способов проявления конфликта является речевая

агрессия. В данном исследовании под речевой агрессией понимается «проявление грубости в речи, негативное речевое воздействие и взаимодействие; обидное общение; выражение отрицательных эмоций и намерений в неприемлемой в данной ситуации и оскорбительной для собеседника форме» [4, с. 91]. Проявления речевой агрессии разнообразны, и на основании различных признаков выделяются следующие виды речевой агрессии: сильная (максимальная, предельная) и слабая (стёртая, размытая), открытая (прямая, эксплицитная) и скрытая (косвенная, имплицитная), непосредственная и опосредованная (см. о видах речевой агрессии также в [10, с. 13]).

Речевая агрессия осуществляется различными средствами, в том числе с помощью фразеологических единиц (далее ФЕ). Достаточно активное функционирование фразеологизмов в качестве средств выражения агрессии, в основе которой лежит эмоциональное воздействие, обусловлено тем, что ФЕ по большей своей части являются единицами оценочными и экспрессивными и используются в речевой коммуникации для выражения оценки и эмоций говорящих.

Фразеологические единицы имеют разный потенциал для использования в ситуациях деструктивного общения. По наблюдениям, одной из самых активных групп фразеологизмов, частотно используемых в речи, в том числе в конфликтных ситуациях, является группа фразеологизмов с компонентом-зоонимом. В нашей работе в качестве материала исследования фразеологизмов на предмет их отбора и использования в ситуациях речевой агрессии был определён ряд единиц с компонентом-зоонимом *нёс/собака*.

Образ собаки в русской языковой картине мира связан с одомашненными животными, игравшими большую роль в жизнедеятельности человека. Собаки жили рядом с человеком, помогали людям в быту: охраняли дом, пасли животных, участвовали в охоте и т.д. В современной цивилизации изменилась степень участия собаки в жизни людей, однако отношение человека к собаке по-прежнему оценивается как положительное.

Образ собаки активно использовался при создании фразеологизмов (единиц косвенной номинации), направленных на характеристику человека. В основу фразеологических образов легло описание внешности, характера, повадок животных, взаимоотношений собаки и человека. Однако особенностью ФЕ данной группы явилось то, что подавляющее большинство фразеологизмов, характеризующих человека посредством образа собаки, содержит негативную оценку внутренних и внешних

качеств, поступков, состояний человека. А значит, эти фразеологизмы-зоонимы в особых коммуникативных ситуациях могут стать средством выражения агрессии.

В группу исследуемых фразеологизмов включены единицы: ФЕ с компонентом ПЁС (*шелудивый пёс, цепной пёс, лягавый пёс, смердящий пёс*), СОБАКА (*как побитая собачонка, как собака на сене*), ФЕ глагольные, с описанием действий, свойственных собаке (*вилять хвостом, ходить на задних лапах, поджать хвост*). По результатам исследования были сделаны следующие выводы на предмет определения особенностей фразеологизмов, обусловивших выбор единиц в качестве средств передачи агрессии.

I. Характеристика внутренних качеств человека. Фразеологизм *шелудивый пёс* (см. шелудивый – ‘покрытый струпьями, с коростой на коже, грязный и запущенный, паршивый’ [8, с. 728]) используется для характеристики человека, чьи внутренние качества метафорически связаны с вышеназванным описанием, то есть человека внутренне «грязного», «гнилого», скверного, способного на плохие поступки, на подлость. ФЕ характеризует адресата речи крайне негативно (быть подлым – плохо) и становится средством выражения агрессии.

Фразеологизм *смердящий пёс* (от слова смердить – ‘вонять, испускать смрад, зловоние, отвратительный вонючий запах’ [7, с. 232]) – метафорически характеризует резко отрицательные внутренние качества человека: его способность быть безнравственным, совершать «дурно пахнущие», предательские, подлые поступки, то есть то, что крайне отрицательно воспринимается обществом (быть подлым – плохо). ФЕ, используемая в качестве негативной характеристики человека, также становится средством выражения агрессии.

Оба фразеологизма негативно оценивают внутренние качества человека, связанные с поведенческими установками: способность на плохие поступки, на обман, на подлость, что крайне отрицательно оценивается в обществе и даёт основание адресанту речи выражать своё презрение посредством бранных фразеологизмов.

II. Характеристика образа жизни, поступков человека. ФЕ *цепной пёс* употребляется в ситуациях характеристики человека, который, подобно псу, сидящему на цепи и ревностно охраняющему дом хозяина, служит кому-либо: это ‘злой, кровожадный человек, слепо выполняющий волю хозяина, исполняющий его даже самые жестокие приказы’ [1, с. 159]. ФЕ актуализирует такие качества человека, как абсолютное подчинение чьей-либо воле и способность на жестокие действия, поступки, что осуждается

в обществе (всецело подчиняться кому-либо, при этом быть готовым совершать плохие поступки – плохо). Фразеологизм, характеризующий какое-либо лицо, становится средством выражения агрессии по отношению к этому лицу.

ФЕ *лягавый пёс* (в прямом значении – ‘представитель породы охотничьих собак’) в переносном значении – при характеристике человека – содержит негативный оценочный компонент коннотации. Лягавым псом в криминальной среде называют работников правоохранительных органов, которые, подобно охотничьим псам, преследуют тех, кто совершает противоправные действия. Так как правоохранительные органы и криминальный мир находятся в позиции абсолютного противостояния, то проявление презрения по отношению к представителям закона вполне объяснимо (лишать людей свободы – плохо). ФЕ является средством выражения агрессии.

ФЕ *как побитая собачонка* (‘ненужный, униженный, выглядящий жалким человек’ [3, с. 157]; ‘смотреть, глядеть на кого-либо с угнетённо-покорным, виноватым видом’. Сравнение адресата речи с побитой собачонкой характеризует его как человека слабого, покорного, не способного защитить себя, и такая позиция адресата речи провоцирует адресанта на проявление презрения к характеризуемому лицу (унижаться, не иметь чувства собственного достоинства – плохо). ФЕ становится средством выражения агрессии.

ФЕ *как собака на сене* – ‘кто-либо сам не пользуется чем-либо и другим не даёт’ [2, с. 159]. Образ собаки, лежащей на сене и охраняющей это сено, возможно, агрессивной себя ведущей, ясно мотивирует значение фразеологизма. Предосудительным в данном поведении собаки – и человека – со стороны общества является бессмысленность и бестолковость действий кого-либо, что является неправильным и осуждается обществом (быть глупым и при этом агрессивным – плохо). Фразеологизм становится средством выражения агрессии.

ФЕ *грызться как собаки* – ‘постоянно ссориться, конфликтовать, жить недружно’ [3, с. 155]. При использовании данного фразеологизма акцентируется внимание на конфликтном поведении людей, что осуждается обществом, для которого важны отношения как минимум приятия участников коммуникации (не уметь выстраивать хорошие отношения – плохо). Выражение негативной оценки поведения людей при их взаимодействии делает ФЕ средством выражения агрессии.

В группу фразеологизмов с компонентом *пёс/собака* включаются также фразеологизмы, в которых вышеназванные компоненты

отсутствуют, однако во фразеологическом образе присутствует образ собаки: *ходить на задних лапах*, *поджать хвост*, *влиять хвостом*.

ФЕ *ходить на задних лапах* ('заискивать перед кем-либо, угодничать, прислуживать' [7, с. 509]) характеризует отношение какого-либо человека к другому лицу. Посредством фразеологизма передаётся презрение к характеризуемому лицу со стороны адресата речи, и это презрение обосновано демонстрацией через фразеологический образ и значение слабости того, кто предпочитает абсолютное подчинение, выражающееся в заискивании и угодничестве (унижаться, не иметь чувства собственного достоинства – плохо). ФЕ является средством выражения агрессии.

ФЕ *поджать хвост* ('испугавшись последствий своих действий, поступков, стать осмотрительным, затаиться' [7, с. 329]) выражает негативную оценку людей, совершивших поступки, за которые последует наказание, и не желающих отвечать за свои поступки, пытающихся уйти от наказания, выказывающих трусость, что осуждается обществом (уклоняться от ответа за свои поступки, быть трусливым – плохо). Фразеологизм определяется как средство выражения агрессии.

ФЕ *влиять хвостом* ('заискивать, добиваться чьего-либо расположения с помощью лести или угодничества' [7, с. 68]) акцентирует внимание на отрицательной характеристике человека, связанной с умением добиваться необходимого посредством заискивания и хитрости, что не одобряется обществом (не иметь чувства собственного достоинства – плохо). Фразеологизм используется как средство выражения агрессии.

Следует заметить, что почти все фразеологизмы-зоонимы компонентом *нёс/собака* содержат в своей коннотации элементы негативной оценки и экспрессии. Однако далеко не каждый фразеологизм входит в группу единиц, передающих языковую агрессию. Определяющим статус фразеологизма как такого средства становится следующее: (1) фразеологизм должен передавать негативную оценку человека: его качеств (внешних и внутренних), состояний, поступков, действий; (2) характеризующие черты человека должны быть осуждаемы в обществе; (3) адресант должен демонстрировать различными способами доминирующее положение по отношению к адресату речи.

Многие ФЕ с компонентами-зоонимами, содержащие негативную оценку, тем не менее не воспринимаются носителями языка как единицы с потенциалом средств выражения агрессии.

Например, ФЕ *собачья жизнь* ('тяжёлая, неустроенная жизнь, предполагающая отсутствие нормальных условий') используется для

характеристики чьей-либо плохой жизни. Однако плохие условия жизни не являются предметом неприятия в обществе, и фразеологизм в подавляющем большинстве случаев употребления направлен на выражение сочувствия тому, кто живёт неподобающим образом.

ФЕ *каждая собака знает* ('каждый, всякий, любой знает') в большинстве случаев употребления содержит негативную оценку и выражает пренебрежение, однако не называет признак либо состояние, осуждаемое обществом, поэтому не является средством выражения агрессии.

При исследовании ФЕ на предмет выражения агрессии следует учитывать разное проявление степени агрессивности адресанта речи в различных коммуникативных ситуациях, а также позиции коммуникантов и синтаксические позиции фразеологизмов в сказанных фразах.

1. Коммуникативная ситуация: адресант – адресат при непосредственном общении.

Иоанн Грозный: – Какое житие твое, *пёс смердящий*?! (К/ф «Иван Васильевич меняет профессию»).

Ты *цепной пёс*, Аль Мактума, и не тебе указывать мне, дочери эмира, как я должна поступать! [5, с. 16].

ФЕ функционирует в позиции предиката, или обращения, или определения-приложения (при этом в качестве именованного адресата речи обычно используется личное местоимение второго лица *ты*). Эти синтаксические позиции фразеологизмов обеспечивают прямую целенаправленную характеристику адресата речи, что определяет ФЕ как средство выражения прямой открытой агрессии.

2. Коммуникативная ситуация: адресант – адресат при опосредованном общении.

«Поскребышев. *Цепной пёс* в приемной Сталина. Телефонный звонок от этого человека повергал кого в трепет, кого в обморок» [9, с. 18].

ФЕ в данном примере, в отличие от фразеологизмов предыдущей группы, направлена на характеристику не адресата речи, а третьего лица, не являющегося участником непосредственной коммуникации. Синтаксическая позиция ФЕ в таких контекстах не играет существенной роли, так как иллюкутивный эффект явно снижен. ФЕ являются средством выражения опосредованной агрессии.

3. Коммуникативная ситуация: адресант = адресат (автоагрессия).

Иоанн: – Нет, я не царь! Я волк! Я *пёс смердящий*! Мучитель я! Мой сын, убитый мною! Я Каина злодейства превзошёл! [6, с. 35].

В данном примере ФЕ употребляется как средство так называемой автоагрессии, дающей эффект самоуничтожения. Такая фраза может быть использована как реакция на ситуацию, в которой адресат речи вынужден защищать свою жизненную позицию. В такой самозащите тоже проявляется агрессивность, а значит, создаётся агрессивная среда, агрессия может быть охарактеризована как прямая, непосредственная, реактивная.

Таким образом, фразеологические единицы с негативной оценкой используются в качестве средств выражения речевой агрессии. Выбор фразеологизмов для функционирования в этом качестве обусловлен их семантикой, а также национально-культурной маркированностью, проявляющейся в оценках и коннотациях единиц. Негативной оценке со стороны говорящего подвергаются люди, чьи нравственные ценности, жизненные установки, поведение, качества характера негативно воспринимаются обществом, не соответствуют ценностям культурного пространства.

Библиографический список

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 1–4. – М.: Русский язык, 1989–1991. –Т.4. – 683 с.
2. Огольцев В.М. Словарь устойчивых сравнений русского языка. – М.: Русские словари, 2001. – 800 с.
3. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь: Выпуск первый / И.С. Брилева, Н.П. Вольская, Д.Б. Гудков и др. – М.: Гнозис, 2004. – 318 с.
4. Седов К.Ф. Агрессия и манипуляция в повседневной коммуникации // Юрислингвистика, 2005. № 6. – С. 87–103.
5. Тимина С. Мой шейх [Электронный ресурс]. URL: <https://knigochei.org/reader/39882/page/57>.
6. Толстой А.К. Смерть Иоанна Грозного. [Электронный ресурс]. URL: <https://litlife.club/books/179768/read?page=35>.
7. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. – М.: Русский язык, 1986. – 543 с.
8. Химик В.В. Большой словарь русской разговорной речи. – СПб.: Норинт, 2004. – 768 с.
9. Черняев А. Совместный исход. Дневник двух эпох. 1972–1991. [Электронный ресурс]. URL: <https://litmir.club/br/?b=562067&p=18>.
10. Щербинина Ю.В. Вербальная агрессия, изд.2-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 360 с.

Китай в 21-м столетии: экономическое развитие и межкультурная коммуникация

Турбан Г.В., канд. экон. наук, доцент

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. Проанализирована внешняя торговля Китая с начала 21-го столетия до 2024 г. Выделены основные события, повлиявшие на рост экспорта страны. Определены особенности современной экспортной политики Китая. Выделены перспективные направления сотрудничества России, Беларуси с Китаем. Акцентируется внимание на значении изучения особенностей межкультурных коммуникаций для успеха ведения внешнеэкономического бизнеса. Дано понятие китайской бизнес-стратегии. Выделены направления традиционной китайской культуры.

Ключевые слова: внешняя торговля, экономическое развитие, межкультурная коммуникация, переговоры

China in the 21st century: economic development and intercultural communication

Turban G.V., PhD (Economics), Associate Professor

Belarus State Economic University

Abstract. China's foreign trade has been analyzed from the beginning of the 21st century to 2024. The main events that influenced the growth of the country's exports are highlighted. Have been determined the features of China's modern export policy. Promising areas of cooperation between Russia, Belarus and China are highlighted. Attention is focused on the importance of studying the features of intercultural communications for the success of conducting foreign economic business. The concept of the Chinese business strategy is given. Were highlighted the directions of traditional

Keywords: foreign trade, economic development, intercultural communication, negotiations

Анализ экономического развития Китая в 21-м столетии свидетельствует о росте экспорта страны с 325 млрд долл. США в 2002 г. до 3577 млрд долл. США в 2024 г., то есть более, чем в 110 раз.

Среднегодовые темпы роста экспорта Китая составляли 13,2%, при среднемировом показателе в 6,6%.

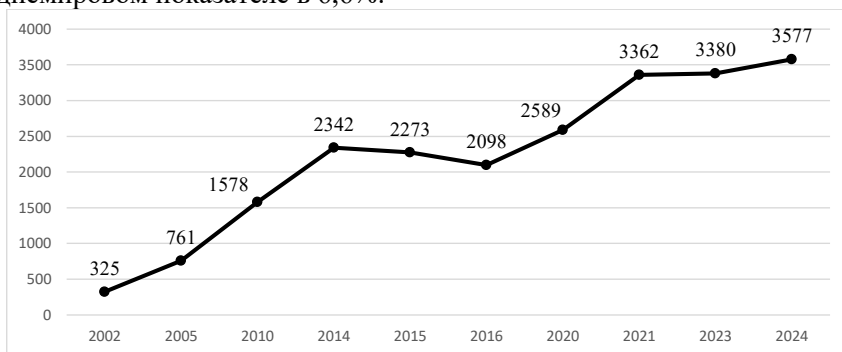


Рисунок 1. Динамика экспорта Китая в 2002–2024 гг., млрд долл. США

В течение всего 21-го столетия в первую десятку стран-лидеров, куда Китай экспортировал продукцию, входили Гонконг, Южная Корея, Германия, Нидерланды. В 2002 г. Китай поставил товаров в Гонконг, занимавший первое место как рынок сбыта, на 58 млрд долл. США, что составляло 17,9% от общего объема экспорта страны [1]. В 2024 г. Гонконг был на второй строчке среди торговых партнеров по поставке товаров из Китая с объемом 284 млрд долл. США или 8,1% от общего объема экспорта страны. В 2002 г. Южная Корея занимала вторую строчку среди стран, куда КНР экспортировала товары, – 15,5 млрд долл. США с долей 4,6%, Германия – третью с показателем 11,3 млрд долл. США (3,5%), Нидерланды – четвертую с объемом 9,1 млрд долл. США (2,8%). В 2024 г. показатели по данным странам соответственно составляли: Южная Корея – 148 млрд долл. США (4,4%), Германия – 100,0 млрд долл. США (3,0%), Нидерланды – 100 млрд долл. США (3,0%).

Значительное внимание Китай придавал развитию внешнеторговых отношений с Малайзией, Австралией, Сингапуром. Высокими темпами рос экспорт товаров в такие страны Азии как Индия и Вьетнам. Начиная с 2006 г. важнейшими внешнеторговыми партнерами Китая как по экспорту, так и по импорту, стали США и Япония. США в период 2006–2024 гг. занимали одно из первых трех мест во внешней торговле Китая, что стало оказывать влияние на всю систему международных экономических отношений. С 2023 г. существенно увеличились экспортные поставки товаров из Китая в Россию достигнув 110 млрд долл. США (3,3% общего объема экспорта страны), что соответствовало

седьмому месту среди лидирующих торговых партнеров КНР [1]. В 2024г. доля Китая в общемировом экспорте товаров составила 14,6%, и 10,5% в общемировом показателе импорта [2].

Важные события, повлиявшими на столь существенный рост экспорт Китая в 2002–2025 гг. являются:

- присоединение Китая в декабре 2001 г. ко Всемирной торговой организации, когда страна получила право недискриминационного доступа на рынки всех стран-участниц ВТО;
- отменена с 1 января 2005 г. квот на экспорт текстильных изделий и одежды;
- мировой экономический кризис 2008 г., который привел к сокращению объемов мировой торговли;
- рост объемов экспорта с 2021 г. после отмены ограничений из-за пандемии;
- санкционная политика в 2024–2025 гг. в отношении Китая со стороны США и ЕС.

Анализ внешней торговли Китая в 21-м столетии свидетельствует о политике КНР:

- по существенному увеличению доли развитых стран;
- росту сбыта на рынках стран Азии;
- экспортной политике работы через финансовые юрисдикции – Гонконг, Сингапур, Нидерланды.

Особенности современной экспортной политики Китая являются:

- изменение структуры экспорта: от преобладания в настоящее время продукции тяжелых отраслей промышленности в пользу более гармоничного предложения промышленных товаров и услуг;
- стимулирование внутреннего потребления: значительное снижение зависимости от импорта в настоящее время по сравнению с началом 2000-х годов;
- расширение торговли на региональном уровне (особенно в рамках соглашения о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (RCEP) – АСЕАН+5).

Китай занимает первое место во внешней торговле России и второе, после Российской Федерации, во внешней торговле Беларуси. Перспективные направления сотрудничества между странами являются:

- трансформация цепочек поставок;
- сотрудничество в области экосистемы;

- укрепление сотрудничества стратегического исследования и в области высшего образования (развитие совместных исследовательских центров, подготовка международно-ориентированных специалистов);
- сотрудничество по развитию цифровизации;
- укрепление сотрудничества науки и техники (применение результатов научных исследований в промышленности стран ШОС, содействие модернизации отраслей экономики).

Развитие сотрудничества Беларуси, России с Китаем предполагает изучение особенностей межкультурных коммуникаций для успеха ведения бизнеса. Также при проведении переговоров с представителями различных культур следует принимать во внимание особенности их бизнес-стратегий. Пример тому китайская бизнес-стратегия "guanxi" (гуаньси). В буквальном переводе данный термин означает отношения, не имеющие ни положительного, ни отрицательного оттенка, то есть имеющие нейтральное выражение. В настоящее время он имеет прагматический оттенок, обозначая межличностные отношения или связи, через которые вовлеченные лица могут достичь своей цели, будь то экономической, политической, образовательной или какой-либо другой.

При проведении деловых переговоров с представителями Китая, следует учитывать, что китайская культура включает в себя такие направления, как:

- конфуцианство: пять основных ценностей: нравственное воспитание, семья и межличностные отношения, уважение к возрасту и иерархии, гармония и лицо;
- стратагемы Сунь-Цзы: термин "цзи" определяется как "стратегический или тактический акт хитрости, обмана или коварства". "Искусство войны" – показать, как разрабатывать и применять различные стратагемы, чтобы "покорить врага без боя" в различных обстоятельствах;
- аграрный менталитет: бережливость и выносливость, вероятно, являются наиболее яркими характеристиками аграрного менталитета;
- пиктографический язык и целостный образ мышления: исходить из целого, а не из конкретных деталей;
- симбиоз в современной китайской политической культуре бюрократического наследия Мао Цзэдуна и прагматизма Дэн Сяопина.

При всем многообразии культур и особенностей ведения переговоров, во многих случаях стоит следовать одному из высказываний древнего мыслителя и философа Китая Конфуция: «На самом деле жизнь проста, но мы настойчиво ее усложняем».

Библиографический список

1. Китай: импорт и экспорт [Электронный ресурс]. URL: https://trendeconomy.ru/data/h2?commodity=TOTAL&reporter=Russia&trade_flow=Export,Import&partner=World&indicator=TV,YoY&time_period=2006,2008,2010,2013,2023.
2. World Trade Statistical Review 2025. Economic resilience and trade. World Trade Organization [Электронный ресурс]. URL: www.wto.org WTO Publications.

УДК 378.1

Современные проблемы формирования субъектной позиции студентов в отечественных вузах как фактора подготовки их, как будущих профессионалов и пути их решения

*Киселев А.А., канд. пед. наук, профессор
Ярославский государственный технический университет*

Аннотация. В статье рассмотрены современные аспекты и актуальные проблемы развития взаимоотношений в отечественных вузах в системе педагог-студент, когда необходимо студентов делать субъектом этой системы, чтобы повысить качество их профессиональной подготовки и сделать выпускников вузов интересными для работодателей в качестве профессионалов, способных обеспечить их прогностическое и инновационное развитие в условиях современной конкуренции.

Ключевые слова: субъектная позиция студентов, новая модель высшего образования, профессиональная подготовка, профессиональные компетенции, профессионалы для отечественных организаций

Modern problems of formation of the subjective position of students in domestic universities as a factor in their preparation as future professionals and ways of their solution

*Kiselev A.A., PhD (Pedagogy), Professor
Yaroslavl State Technical University*

Abstract. The article examines modern aspects and current problems of developing relationships in domestic universities in the teacher-student system, when it is necessary to make students the subject of this system in order to

improve the quality of their professional training and make university graduates interesting for employers as professionals capable of ensuring their predictive and innovative development in the conditions of modern competition.

Keywords: subjective position of students, new model of higher education, professional training, professional competencies, professionals for domestic organizations

В современных условиях российская экономика остро нуждается в профессиональных кадрах, способных профессионально решать стоящие перед ними задачи, которых должны готовить отечественные вузы. Так, например, Е.О. Казакова и С.П. Куликов в своей статье «Молодежная политика вузов: проблемы целеполагания и оценки результатов» справедливо отмечают, что «в быстро меняющемся мире стратегические преимущества будут у тех государств, которые смогут эффективно формировать и продуктивно использовать инновационный потенциал развития, основным носителем которого является молодежь. В связи с этим современный вуз должен представлять... развитое пространство для формирования, аккумуляции и развития человеческого и социального капитала молодых людей» [2]. В данном случае в вузах необходимо создавать для студентов такие условия, при которых они могли бы активно участвовать в процессе профессионального обучения, то есть выступать в роли субъекта учебной и учебно-профессиональной деятельности. Доктор педагогических наук, профессор Ярославского государственного педагогического университета Л.В. Байбородова утверждает, что субъектная позиция студентов проявляется и формируется в процессе учебной деятельности, при обсуждении актуальных событий, решении реальных проблем [1]. Вследствие этого можно считать, что обеспечивать формирование субъектной позиции студентов в учебной деятельности в вузе – это значит целенаправленно готовить будущих выпускников к успешной профессиональной работе в организациях после выпуска из вуза. При этом важно обеспечивать активное участие студента в учебной деятельности в интересах получения необходимой именно профессиональной подготовки, когда он становится способным самостоятельно осуществлять учебную деятельность, осознанно управлять ею, брать на себя ответственность за результаты своих действий, в том числе в плане формирования у себя необходимых профессиональных компетенций. Как правило, все исследователи-педагоги отмечают, что основными критериями, по которым можно

определить, что студенты являются субъектами учебной деятельности, являются их активность, рефлексивность и самооценка. Под активностью понимается то, что студент не просто принимает задачу, но и стремится самостоятельно отыскивать средства её выполнения, стремится принимать самостоятельные решения. Рефлексивность проявляется в самопознании и самоконтроле в ходе своей учебной деятельности. Самооценка означает, что студент стремится к совершенству в получении профессиональных компетенций, принимая предопределённые профессиональные и нравственные идеалы и образцы поведения.

И в отечественных вузах много говорится о необходимости активной реализации положений молодежной политики, о том, что нужно готовить профессионалов для отечественной экономики и многое другое, в том числе и о формировании субъектной позиции студентов. Однако в этой сфере сегодня в вузах существует много проблем, которые «маскируются» привлечением отдельных студентов, так называемого «актива» к проведению студенческих мероприятий.

Во-первых, многие студенты, даже обучающиеся на бюджетной основе, вынуждены подрабатывать, чтобы иметь определенные средства для своей самостоятельной жизни, в результате чего, если нужно выбирать, идти на занятия или на работу, то выбирается последнее. А работа в свободное от занятий время мешает им самостоятельно заниматься саморазвитием по выбранному для обучения направлению подготовки, так как они работают, как правило, не по выбранной специальности, например, официантами в кафе. Следовательно, пришла пора подумать о том, чтобы для студентов учеба стала основным видом профессиональной деятельности, за которую они получали бы достойное денежное вознаграждение, как минимум, не ниже прожиточного минимума. Конечно, это требует затрат, но другим образом сформировать стремление студента активно, в том числе в свободное от учебы время, формировать и развивать свои профессиональные компетенции не получится. И организации сегодня не видят в выпускниках вузов нужных им подготовленных к практической деятельности профессионалов.

Во-вторых, учебные планы в вузах разрабатываются чаще всего не под подготовку реальных профессионалов, а для формирования внешнего имиджа, когда в них включаются различные учебные дисциплины «под красивыми» или модными названиями. Например, в одном из вузов реализуются программы под девизом «Индивидуальные образовательные траектории». Но на практике многие дисциплины в вузах не увязаны ни по содержанию, ни по логике их изучения для подготовки профессионала

соответствующего профиля. Вследствие этого студенты понимают, что пропустив какие-либо занятия, они ничего не потеряют в плане своей подготовки, как профессионалов. При этом многие учебные дисциплины часто носят характер «ликбеза», то есть они могут так и называться: «Экономическая грамотность» или «Информационная грамотность» и т.д. При этом и профили подготовки, определяемые в вузах, часто выступают в роли «заманиловки» для будущих абитуриентов, а не отражают подготовку конкретного специалиста для отечественных организаций. Так, например, только по направлению подготовки «Экономика» в интернете можно найти более 200 таких профилей. Это «Проектный анализ и моделирование», «Анализ данных и методы оптимизации в экономике», «Бизнес-статистика и аналитика», «Экономика производственного бизнеса», «Оценка бизнеса и рисков», «Налоговое консультирование бизнес-структур», «Системный анализ и экономика» и многое другое. Соответственно, программы под такие «неконкретные» профили составляются не под потребности подготовки студентов под конкретные специальности профессионалов-экономистов. И сегодня, по выражению ряда руководителей, вузы вынуждены работать не на реальное повышение качества подготовки студентов, а «на показатели», которые как бы определяют эффективность их работы. При этом уже более 4-х лет идут разговоры о внедрении новой модели российского высшего образования, но уже понятно, что эта работа соответствующими структурами делается формально, практически ничего кардинально не меняя, и для «галочки», не учитывая запросы отечественной экономики в молодых профессионалах. Соответственно, нужно срочно решать вопрос о том, чтобы профили и программы составлялись органами управления высшим образованием под конкретные запросы отечественных организаций в выпускниках-профессионалах [3].

В-третьих, сегодня в вузах «пошла» мода на сокращение кафедр. Так, например, можно увидеть, что в ряде российских университетов вместо деканатов стали создаваться институты, а сейчас в этих институтах стали убирать даже достаточно многочисленные кафедры, вероятно, чтобы «снизить финансовые расходы». Но традиционно кафедра всегда считалась центром учебной, методической, научной и воспитательной работы. Именно на кафедрах формировалась субъектная позиция студентов в обучении. Именно на кафедре преподаватели и студенты были «в одной уязке», когда решался и учебный, и научный, и воспитательный аспекты. Но когда в институте осуществляется подготовка нескольких направлений подготовки, и преподаватели

«размазаны» по ним, то теряется социально-значимая профессиональная составляющая взаимодействия студента в профессиональной подготовке в системе «педагог-студент». При этом молодые преподаватели часто не понимают, к чему нужно готовить студента. И на практике получается почти все как у А.С. Пушкина: «Нас все учили понемногу: чему-нибудь и как-нибудь». Одновременно в вузах создается очень много различных управленческих административных должностей, вследствие чего соотношение количества педагогов по отношению к административным работникам в вузах значительно сокращается. Вероятно, пришло время, когда вновь нужно разрабатывать органами управления высшим образованием типовых оргструктур вузов, чтобы исключить необоснованное и произвольное расширение штатов административного персонала вузов.

В-четвертых, в вузах нарастает количество электронных курсов в рамках сетевого взаимодействия, чтобы выполнить показатель: оно есть. Но на практике получается, что вместо того, чтобы студенты общались с профессионалами других, в том числе столичных вузов идет тенденция к тому, чтобы студенты обучались «по компьютеру», а в вузах сокращалась потребность в педагогах. Для решения этой проблемы органам управления высшим образованием необходимо разработать нормативно-правовую базу по внедрению сетевого обучения в вузах, чтобы она реально решала проблему обеспечения субъектной позиции студентов, позволяющих им реально развивать и совершенствовать свои профессиональные компетенции.

Таким образом, все обозначенные в статье проблемы нужно решать, разрабатывая новую модель российского высшего образования, чтобы российские вузы начали реально готовить востребованных отечественным организациям профессионалов [4]. И в данном случае необходимо повышать роль и значение педагога высшей школы для развития индивидуальности студентов, их творческих способностей, обеспечивать формирование их активной, субъектной позиции в подготовке к будущей профессиональной деятельности. При этом высшему образованию необходимо вернуть статус как высшего профессионального образования. Решение обозначенных в статье проблем особенно актуально в связи с подготовкой внедрения новой модели высшего образования.

Библиографический список

1. Байбородова Л.В. Формирование субъектной позиции студентов в образовательном процессе педагогического вуза [Электронный ресурс]. URL: <https://kafedra-forum.narod.ru/index/0-24>.

2. Казакова Е.О., Куликов С.П. Молодежная политика вузов: проблемы целеполагания и оценки результатов [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodezhnaya-politika-vuzov-problemy-tselepolaganiya-i-otsenki-rezultatov/viewer>.

3. Киселев А.А. Проблемы организации обучения студентов российских вузов как профессионалов при внедрении новой модели высшего образования // Современные вопросы педагогики и психологии: теоретико-методологические подходы и практические результаты исследований: монография / А.А. Киселев, А.И. Кугай, Г.И. Авходиев [и др.]; Чувашский республиканский институт образования. – Чебоксары: Среда, 2024. – 172 с.

4. Киселев А.А. Реализация новой модели высшего образования: миф или реальность // Фундаментальная и прикладная наука: состояние и тенденции развития: монография / С.Н. Абдрешов, Т.В. Аксенова, С.С. Алиева [и др.]. – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2023. – 396 с.

УДК 94(6): 316.77

Язык и гендер: коммуникативные методики в борьбе за социальное равенство

Мильто А.В., канд. ист. наук

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. Гендерный вопрос на протяжении многих лет занимает лидирующие позиции в академических и политических дискуссиях. Значительное внимание уделяется влиянию языка на выстраивание социальных гендерных ролей, поскольку язык фиксирует и транслирует гендерные стереотипы, воздействуя на формирование общественного сознания, норм и представлений, политику и властные структуры. Язык же играет ключевую роль в преодолении сложившихся стереотипов и борьбе за социальное равенство.

Ключевые слова: язык, гендер, Африка, феминизм, неравенство

Language and Gender: Communicative Methods in the Struggle for Social Equality

Milto A.V., PhD (History)

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. Gender has been a central issue in academic and political debate for many years. Considerable attention has been paid to the influence of language on the construction of social gender roles, as language captures and transmits gender stereotypes, influencing the formation of public consciousness, norms and perceptions, politics, and power structures. Language also plays a key role in overcoming established stereotypes and advancing the fight for social equality.

Keywords: Language, Gender, Africa, Feminism, Inequality

Первыми гендерными исследованиями в лингвистике начали заниматься американские и немецкие ученые в конце 60-х – начале 70-х гг. XX в. благодаря всплеску феминистского движения. Главная цель феминистской лингвистики состоит в разоблачении мужского доминирования в общественной и культурной жизни. Одной из наиболее известных работ в этой области стала книга Робин Лакофф «Язык и место женщины», подтвердившая гендерную асимметрию и ущербность образа женщины в языковой картине мира [4, p.138].

Р. Лакофф сделала акцент на различиях в языке, используемом мужчинами и женщинами. Она развивала гипотезу о том, что женщины традиционно подвергались дискриминации в обществе, поскольку в процессе обучения им привили привычки не задавать вопросов и проявлять вежливость в разговоре.

Работа Р. Лакофф обусловила проведение дальнейших исследований. Появились как приверженцы ее теории, так и противники. Д. Трутман-Робинсон, сравнила афроамериканский английский и евро-американский. Она подчеркнула, что важной особенностью разговорной речи афроамериканских женщин является использование уменьшительных форм, таких как: «девочка», «милая», «малыш» и т.д., для выражения солидарности с собеседником, хотя в других сообществах они могут восприниматься как слова, принижающие человека [4, p.142].

Еще одна особенность дискурса чернокожих женщин – юмор и напористость в устной речи, что противоречит «кодексу женской

вежливости», характерному для европейских дам и белых американок, по утверждению Р. Лакофф. Обобщая исследования конца XX в., можно составить перечень приблизительных особенностей речевого стиля женщин и мужчин на устном уровне (табл. 1).

Таблица 1. Особенности речевого стиля мужчин и женщин

№	Женщины	Мужчины
	Устная речь	
1	Вежливые формы речи	Перебивают в разговоре
2	Маркеры сомнения и неуверенности	Категоричность в суждениях
3	Вопросительная интонация в утвердительных предложениях	Управление тематикой диалога
4	Меньшая разговорчивость	Большая разговорчивость
5	Точное цитирование с указанием автора	Короткие предложения
6	Употребление больше глаголов	Употребление больше существительных и прилагательных
7	Эмоциональная лексика, положительная оценка преобладает	Нейтральная лексика, отрицательная оценка преобладает
8	«Пустые» прилагательные, например <i>милый</i> и <i>сладкий</i>	Нелитературная и ненормативная лексика

Сегодня с развитием процессов глобализации, информатизации, цифровизации и актуализацией постколониальных исследований, особое внимание уделяется гендерным процессам в Африке южнее Сахары и их отражению в языковой практике. Африканские женщины расцениваются исследователями как наиболее незащищенные и бесправные, долгое время находившиеся в зависимом от мужчин положении. Деятельность женщины традиционно ограничивалась семейно-бытовой сферой, а ее интересы были сосредоточены вокруг детей. Особый статус в обществе ей обеспечивало осознание женщин в качестве связующего звена между профанным и сверхъестественным мирами: специфическими занятиями женщин издавна считались колдовство и гадание, дающие им духовную власть над соплеменниками. Однако социальное положение женщины от этого не выиграло.

Среди ключевых факторов гендерного неравенства в Тропической Африке: ограниченный доступ женщин к образованию; ранние браки; насилие в семье; затрудненный доступ к здравоохранению; экономическое неравенство. По данным статистической платформы Statista за 2020 г., уровень грамотности взрослого населения составляет 72,5% у мужчин против 58,9% у женщин [2]. В традиционных обществах

молодых женщин поощряют выходить замуж в относительно раннем возрасте, часто без окончания средней школы. Практика ранних браков ограничивает образовательные перспективы, экономические возможности и лишает знания своих прав.

Особенности гендерного неравенства зафиксированы в языке. Африка к югу от Сахары с лингвистической точки зрения богата языками и диалектами, и сделать однозначные выводы не представляется возможным, тем более африканский контекст быстро меняется под влиянием глобализационных и информационных процессов. Однако можно отметить некоторые основополагающие моменты, связанные с влиянием текстовых и визуальных представлений мужественности и женственности на воспринимаемые гендерные роли.

Например, в традиционном обществе зулусов, где отец является главой семьи, если мальчик действует разумно, обычно говорят, что он унаследовал такое поведение от отца (*ufuzeuyise*). Если мальчик плохо себя ведет, пальцем указывают на мать, как на невоспитанную и ту, от которой он унаследовал глупость (*ufuzeekhayakonini*). Теоретически мужчины и женщины в зулусском обществе равны. Конституция ЮАР гласит о том, что равенство включает в себя полное и равное пользование всеми правами и свободами, однако случаи языковой дискриминации – не редкость в Южной Африке.

Если женщина совершила что-то стоящее, ее на языке зулусов называют *uyindoda* (мужчина). Если мужчина имеет тенденцию постоянно совершать плохие поступки, он будет низведен до уровня женщины – *umfazi* (женщина). Некоторые слова, связанные с женщинами, являются уничижительными и не имеют соответствующих эквивалентов по отношению к мужчинам. Неженатого взрослого мужчину называют *impohlo* (холостяк), данное слово не имеет негативного оттенка – оно просто означает мужчину, который никогда не был женат. Незамужнюю женщину называют *uzendazamshiya* (та, которая осталась, после того как мужчины выбрали других женщин), или *umjendevu* (старая дева).

Разведенную женщину называют *umabuy' emendweni* (та, что вернулась в дом отца после неудачного брака), но в языке зулу нет специального названия для разведенного мужчины, кроме как *akundodayalutho* (бесполезный человек, который не справился с домашним хозяйством) [5, р. 246–248]. Даже, язык сообщений в газетах зулусов продолжает усиливать традиционные гендерные стереотипы и неравенство.

В некоторых африканских языках, таких как киньяруанда (Руанда) итсвана (Ботсвана), женщине грамматически невозможно сказать, как это сделала Джен Эйр о мистере Рочестере по-английски: «Читатель, я вышла за него замуж», поскольку глагол «жениться» нельзя употребить по отношению к женщине [3, р. 6]. Подобная гендерная стереотипизация в языке и культурных практиках общества закрепляет гендерное неравенство.

Однако язык может, как способствовать росту дискриминации, так и служить мощным инструментом борьбы с ней. Борьба женщин за преодоление социального и языкового неравенства включает критику патриархального сознания, устранение ущербности представления образа женщины и языковой асимметрии. Коммуникативные методики играют важнейшую роль в расширении возможностей женщин для борьбы с гендерными стереотипами.

Можно выделить следующие методики актуальные для применения в африканском контексте:

1. Использование особой лексики или структуры речи, грамматических средств, слов в женских формах в повседневном дискурсе. В противовес западному феминизму в оборот вводятся новые понятия, отражающие проблемы притеснения женщин в африканском мире. Среди них «вуманизм» (от англ. woman – женщина) Элис Уокер¹, характеризующий социально-философский комплекс идей, опирающихся на представление о расовом и гендерном угнетении чернокожих женщин; «африкана» (africana) Кленоры Хадсон-Уимс², призванный заменить слова «афроамериканец», «черный» или «африканец»; материзм Кэтрин Обиануджу Ачолону³, взывающий к достижению женской свободы через проявление любви и заботы к своему ребенку [1, с. 521-522]. Все большее распространение получают феминитивы.

2. Создание литературных произведений для раскрытия опыта женщин и критики гендерных стереотипов. Феминистские взгляды и темы становятся все более заметными в африканской литературе. Авторы воспевают силу, стойкость женщины и призывают к борьбе за расширение прав и возможностей женщин. Работы таких авторов, как Ф. Нвапа, Н. Гордимер, Б. Эмечета, Ч.Н. Адичии др., внесли значительный вклад в дискуссию о гендерном равенстве в Африке. Африканские

¹ Элис Уокер (род.в 1944 г.) – афроамериканская писательница, феминистка, общественный деятель.

² Кленора Хадсон-Уимс (род.в 1945 г.) –афроамериканская писательница, профессор в Университете Миссури, автор теории африкана-вуманизма.

³ Кэтрин Обиануджу Ачолону (1951–2014 гг.) – нигерийская писательница (игбо по происхождению), исследователь, политический активист. В 1982 г. основала первый журнал, посвященный африканской литературе.

писательницы способствуют переосмыслению гендерных ролей и вдохновляют читателей на создание равноправного будущего.

Появились мужские романы, которые берут на себя задачу усилить голоса женщин, что знаменует важный сдвиг в дискурсе о языковой асимметрии. Данная тенденция в литературной среде бросает вызов традиционным ожиданиям и предлагает новый взгляд на борьбу за гендерное равенство.

3. Использование систем коммуникации для социальных изменений и пропаганды политических реформ, учитывающих гендерные аспекты. Цифровые инструменты (форумы для обсуждения проблем, обмена опытом и разработки стратегий социальных изменений) часто интегрируются с традиционными системами, такими как радиопередачи и информационные бюллетени, для расширения охвата и повышения эффективности обмена информацией. Сами по себе информационные технологии не способны обеспечить гендерное равенство, однако они могут стать инструментами социальной активности и позитивных изменений.

4. Использование инклюзивного языка, целью которого является отказ от расистских, стереотипных и предвзятых выражений, чтобы способствовать уважению, равенству и разнообразию. Примером может быть Лааден – искусственный женский язык, созданный Сюзетт Хейден Элджин в 1982 г. С.Х. Элджин объясняла, что создала женский язык, поскольку существующие языки неадекватны для выражения женского восприятия [4, р. 148]. Однако его востребованность оказалась низкой. Кроме того, по мнению экспертов, Лаадан может использоваться как женщинами, так и мужчинами для выражения не только женских, но и человеческих ощущений, таким образом, его нельзя назвать исключительно женским языком.

Решение проблемы гендерного неравенства в африканских обществах требует комплексного подхода, направленного на устранение его коренных причин, включая оспаривание традиционных норм и расширение прав и возможностей женщин. Оно требует переосмысления гендерных ролей и стремления к созданию более инклюзивного и справедливого общества, где женщины смогут полноценно участвовать в экономической, политической и общественной жизни. Устранение предвзятости в использовании языка, включая реформирование образовательных программ для обеспечения более сбалансированного представления, пересмотр рекомендаций для СМИ с целью предотвращения стереотипных изображений и содействие

общественному дискурсу, который бросает вызов традиционным гендерным ролям, а не укрепляет их – помогут добиться желаемых перемен.

Библиографический список

1. Мильто А.В. Ключевые проблемы и направления постколониального феминизма // Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2021. Т. 15. № 4(58). С. 516–525.
2. Adult literacy rate in Sub-Saharan Africa from 2000 to 2020, by gender [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1233102/adult-literacy-rate-in-sub-saharan-africa/?srsltid=AfmBOopgUde8InFWuoQyJJaMlRQmClae1CtL8ZOKRw8lPpGXOPY4XK>.
3. Atanga L., Ellece S., Litosseliti L., Sunderland J. Gender and Language in Sub-Saharan Africa: Tradition, struggle and change. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2013. 331 p.
4. Bolaños Cuellar S. Women's language: a struggle to overcome inequality // Forma y Función. 2006, № 19. P. 137-162.
5. Mncwango E.M, Luvuno M.D. Language, Gender and Women Development in South Africa // Journal of Educational and Social Research. 2015, May. Vol. 5 No.2. P. 245-250.

УДК 811.161.1

Особенности синтаксической структуры заголовков в печатных СМИ

*Лагузова Е.Н., доктор филол. наук, профессор
Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. В статье рассмотрены явления синтаксической компрессии и синтаксической редукции, характерные для заголовков печатных СМИ. Выявлены структурно-семантические особенности односоставных предложений и прецедентных текстов в сильной позиции текста. Показана связь активных синтаксических процессов с общеязыковыми тенденциями к демократизации и экспрессивизации.

Ключевые слова: синтаксическая компрессия, синтаксическая редукция, синтаксема, прецедентные тексты, печатные СМИ

Features of the syntactic structure of the headlines in print media

Laguzova E.N., D.Sc (Philology), Professor

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. The article discusses the phenomena of syntactic compression and reduction that are typical for print media headlines. The structural and semantic characteristics of one-member verbal sentences in a strong position of the text were revealed. The connection between active syntactic processes and general linguistic tendencies towards democratization and expressiveness is shown.

Keywords: syntactic compression, syntactic reduction, syntaxeme, precedent texts, print media

Заголовок статьи в печатных СМИ как сильная текстовая позиция несёт на себе большую смысловую нагрузку и играет значимую роль в процессе восприятия и понимания текста.

В синтаксической структуре отражается полифункциональность заголовков [о функциях заголовков см. в: 1, с. 196–214]. Информативная и прагматическая функции проявляются в употреблении экононых структур (компрессивных и редуцированных построений), односоставных глагольных предложений, прецедентных текстов.

Синтаксическая компрессия реализуется прежде всего в предложениях без глагола-сказуемого. В эллиптических предложениях [термин Леканта; см.: 2, с. 378–379] представлены две обязательные синтаксемы: существительное в именительном падеже называет субъект мысли или речи, существительное в предложном падеже с предлогом *о* или существительное в винительном падеже с предлогом *про* обозначают объект мысли или речи. Ср.: *Максим Юсин – о позиции стран ЕС в отношении конфликта на Украине* (Коммерсант. 21.10.2025); *Философ о философе* (постоянная рубрика в журнале «Свой»); *Знаете, каким он дедом был. Андрей Брежнев – про популярного генсека* (Свой. Декабрь 2016) и т.п.

Эллиптическим предложениям в составе заголовочных комплексов свойственна информативная функция.

Синтаксическая компрессия проявляется также в безглагольных предложениях, не содержащих субъектной синтаксемы. Структура предложений включает свободные синтаксемы [по классификации Г.А. Золотовой; 3, с. 5 и др.] косвенных падежей.

В языке печатных СМИ продуктивны предложения, построенные по модели «от + сущ. в род.п. + до + сущ. в род.п.», «от + сущ. в род.п. + к + сущ. в дат.п.». Синтаксемы в родительном падеже имеют транзитивное или результативное значение [термины Г.А. Золотовой. 3, с. 73]. Ср.: *От Гурзуфа до Парижа. Зачем отец русского импрессионизма покупал револьвер* (Свой. Декабрь 2016); *От смешного до великого. Леонид Гайдай и его народные шедевры* (Свой. Январь 2018); *От заключения к включению. Минюст предложил ресоциализировать бывших заключённых, ушедших на СВО* (Коммерсант. 19.10.2025); *От гимнов к проклятиям* (К.Ермишина. Свой. Март 2017) (о Питириме Сорокине) и т.п.

Названные компрессивные конструкции могут обозначать «отрезок времени, этапы движения, развития чего-либо во времени» [3, с. 73]. Ср.: *От прогулок с ангелом до путешествия на восток* (Культура. 31.08.2023); *От Македонского до Агузаровой. Самые интересные выставки марта: выбор «Культуры»* (Культура. 31.08.2023) и т.п.

Субъект не имеет материального выражения, но подразумевается из контекста.

Экспрессивная функция заголовков проявляется в употреблении ироничных высказываний. Ср.: *От генерального до минерального – о снижении уровня руководителей КПСС* (Свой. Март 2022).

Предложения, включающие синтаксему в родительном падеже с предлогом *из* и синтаксему в винительном падеже с предлогом *в*, обозначают изменения социального положения субъекта. Ср.: *Из сотрудницы журнала – в представительницы молодёжи* (Собеседник. Спецвыпуск № 3. 2022). (См. также примеры в: [4, с. 57]).

В предложения-заголовки включаются и другие синтаксемы. Ср.: *С Чеховым накоротке. Как из музея в Гурзуфе пропала ценная наволочка* (Свой. Июнь 2020); *Вокруг света на велосипеде* (Свой. Июль 2023); *Бизнес – курсом в колонию* (Коммерсант. 24.10.2025). Оценочная семантика высказываний определяется контекстом и опирается на ценностные ориентиры общества.

В заголовках используются побудительные предложения, содержащие призыв, пожелание. Ср.: *Пенсионерам – картошку* (Собеседник. 12-18.10.2022) [см. также примеры в: 4, с. 57–58].

Синтаксическая компрессия обнаруживается в сложных предложениях с семантикой сопоставления и противопоставления. Ср.: *Своим – всё, врагам – по закону. О духовно-историческом единстве русских монархов и героев-комсомольцев* (Свой. Март 2017).

Ирония в таких высказываниях достигается комплексом языковых средств: синтаксических, фонетических, лексических, обуславливающих игровую двусмысленность высказывания. Ср.: *Тут визу, а там не визу. Россия потребует от МОК реакции на недопуск Польшей российских пловцов на чемпионат Европы* (Коммерсант. 24.10.2025).

Компрессия проявляется в употреблении прилагательного вместо атрибутивного словосочетания. Ср.: *Пишем докторскую*. Модерн и классика в сериалах про врачей (Московский комсомолец. 03.09.2025). Фраза из разговорной речи в данном случае характеризует иную ситуацию, не имеющую никакого отношения к написанию докторской диссертации.

Заметим, что компрессивные структуры в заголовках статей не всегда удачны. Ср.: *Нижний свысока. В Сети появился сериал, сделанный для ТНТ, с громким названием «Три сестры»* (Культура. 24-30.09.2025). Заголовок далёк от содержания статьи, посвящённой новому сериалу. Нижний Новгород является только фоном, на котором происходят события.

При **синтаксической редукции** в заголовке пропускается обязательная связанная синтаксема. Как правило, элиминации подвергается существительное в винительном падеже при переходном глаголе.

Ср.: *Россия: объединяет (кого?), но не отменяет (что?)* (Культура. 30.10.2023); *Наука побеждать (кого?)* (рубрика в журнале «Свой») и т.п.

Отмечается элиминация облигаторных синтаксем в родительном, дательном и творительном падежах. Ср.: *Конкуренция в бизнесе большая, надо учиться удивлять (кого, чем?)* (Культура. 31.10.2024); *Урал разыскал (что? с кого?): по иску Генпрокуратуры обращены в доход России энергетические компании* (Коммерсант. 11.10.2025) и т.п.

Синтаксическая редукция создаёт интригу, заставляя читателей обратить внимание на статью.

Инфинитивные предложения в заголовках печатных СМИ выражают разнообразные модальные значения: а) необходимость, б) возможность; в) призыв; г) потенциальную цель; д) долженствование. Ср.: а) *Спустить врага с небес. Не смеют крылья натовцев над Родиной летать* (Свой. Март 2025); *Преодолеть интеллигенцию. Георгий Федотов: формулы распада души* (Свой. Декабрь 2016); *Найти своё высокое Я* (О. Ермишин. Свой. Июль-август 2018); б) *Услышать звук колокола. Спектакль по роману Хемингуэя в театре «У Никитских ворот»* (Культура. 24-30.09.2025); в) *Танцевать, тёща! Танцевать!* (о

Ю. Богатырёве) (Свой. Март 2017); г) **Чтобы чувствовать себя живыми** (Н. Михалков. Июль 2020) (об отрицательных перспективах цифровизации); д) **Жить по-руски. Ружане полагают, что Соловей-разбойник – их земляк** (Свой. Ноябрь 2022).

Использование **обобщённо-личных** предложений с предикатом-глаголом 2 лица, единственного числа изъявительного и повелительного наклонения, 1 лица множественного числа делает адресата сопричастным к высказыванию, точке зрения журналиста.

Ср.: **С Похлёбкиным не поспоришь** (Свой. Февраль 2025) – рубрика «Трапезная»; **Язык проглотишь** (Свой. Июль-август 2018); **Ставь на тёмное. Стоимость морской перевозки крупных партий мазута растёт** (Коммерсант. 17.10.2025); **Варим в Чистый четверг** (Свой. Март 2025).

В заголовках используются **прецедентные** тексты разной структуры. Структурно-семантические преобразования прецедентных текстов являются средством создания иронии.

Ирония возникает за счёт необычной замены одного из компонентов первоисточника, например, наименование лица заменяется неодушевлённым существительным. Ср.: **Люди с кораллом братья навек. Российские учёные обнаружили глубинное родство человеческой кожи и морских обитателей** (МК. 03.09.2025). Первоисточник – песня на слова М.М. Вершинина «Москва – Пекин»: **Русский с китайцем братья навек**. Как необычная воспринимается замена последнего компонента в известном ситуативно-неполном предложении из пьесы А.С. Грибоедова «Горе от ума»: – **На дачу, в глушь, в Сокольники** (Свой. Июль-август 2018); ср.: **В деревню, к тётке, в глушь, в Саратов**. Сокольники с точки зрения современного человека не ассоциируются с окраиной.

Ирония возникает из-за использования прецедентного текста в необычной ситуации: **Право первой добычи. Структура Владимира Свиблова приобрела «Амурмедь»** (Коммерсант. 27.08.2025). Ср.: **право первой ночи**. Ср. также: **Кто последний за приговором? Осуждённому москвичу дали отбыть свой срок вовремя** (МК.03.09.2025). – Фраза, привычная в обыденной жизни, например, в очереди за продуктами, удивляет в ситуации наказания.

Прецедентные тексты употребляются в значении, противоположном семантике первоисточника. Ср.: **Депутаты гонят миграционную волну. Тема контроля над приезжими остаётся в Думе одной из главных даже во время каникул** (Коммерсант. 27.08.2025). Ср.: **знать пургу – жарг.угол., мол. неодобр.** ‘говорить, писать вздор, ерунду, что-л. абсурдное; вводить в заблуждение кого-л.’ [5, URL]. Новое высказывание отражает реальное

событие, серьёзное отношение депутатов к миграционной политике.

Ср. также: *С хирургической неточностью. Израильская армия проводит служебное расследование своего удара по больнице в Газе* (Коммерсант. 27.08.2025). Сочетание противоречит представлению, сложившемуся в социуме (ср.: *с хирургической точностью*).

В употреблении компрессивных, редуцированных построений, односоставных предложений, прецедентных текстов в заголовках печатных СМИ проявляются тенденции к демократизации и экспрессивизации современного русского языка. Синтаксические единицы в сильной позиции текста отражают стремление журналиста, автора статьи, дать информацию о том или ином событии, выразить оценку ситуации, вовлечь читателя в процесс осмысливания этой ситуации.

Библиографический список

1. Новые тенденции в русском языке начала XXI века: колл. монография / под ред. Л.В. Рацибурской. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. 304 с.
2. Лекант П.А. Эллиптическое предложение // Краткий словарь-справочник по русскому языку / Л.Л. Касаткин, Е.В. Клобуков, П.А. Лекант. Под ред. П.А. Леканта. - М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2010. С.378-379.
3. Золотова Г.А. Синтаксический словарь: Репертуар элементарных единиц русского синтаксиса. - М.: Наука, 1988. 440 с.
4. Лагузова Е.Н. Активные процессы в синтаксисе современного русского языка // Беглова Е.И., Лагузова Е.Н., Мельникова Е.М. Активные процессы в грамматике и фразеологии современного русского языка: монография; под науч. ред. Е.Н. Лагузовой. - Ярославль: РИО ЯГПУ, 2022. С. 55–82.
5. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Большой словарь русских поговорок. - М.: ОЛМА Медиа Групп, 2007. 783 с.

Секция 1. Человек в пространстве текста

УДК 811

Речевые стереотипы самооценки

Гусева Л.А., канд. филол. наук, доцент

Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)

Аннотация. Статья посвящена проблеме функционирования стереотипных фраз, которые человек использует для самооценки в ситуации непринужденного общения. Источником речевых стереотипов может быть как язык писателей, так и язык медиа. Несмотря на отсутствие образного содержания, стереотипные высказывания представляют собой пласт актуальной фразеологии русского языка. В современной коммуникации наблюдается тенденция к позитивным высказываниям о себе, что обусловлено не только уровнем индивидуализации общества, но и требованиями к презентации своих качеств в системе делового общения.

Ключевые слова: речевой стереотип, фразеология, самооценка, медиа, коммуникация

Speech stereotypes of self-assessment

Guseva L.A., PhD (Philology), Associate Professor

International Academy of Business and New Technologies (MUBiNT)

Abstract. The article is devoted to the problem of the functioning of stereotypical phrases that a person uses for self-assessment in a situation of informal communication. The source of speech stereotypes can be both the language of writers and the language of the media. Despite the lack of figurative content, stereotypical statements represent a layer of actual phraseology of the Russian language. In modern communication, there is a tendency to make positive statements about oneself, which is due not only to the level of individualization of society, but also to the requirements for presenting one's qualities in the business communication system.

Keywords: speech stereotype, phraseology, self-assessment, media, communication

Самооценка – это восприятие человеком своих качеств и возможностей, понимание своего места среди других людей [1]. На

формирование самооценки влияют детские и школьные впечатления, производственный опыт, карьерные успехи. Самооценка подробно рассматривается в психологии и социологии. В лингвистическом аспекте самооценка рассматривается реже. Интересна в этом отношении статья А. А. Талицкой и А. Ю. Ливановой, посвященная термину *самооценка* – его лексическому и энциклопедическому значению, а также восприятию термина обыденным и профессиональным языковым сознанием [10]. Самооценка, высказанная в афоризмах, рассматривается в статье В. И. Карасика [6]. По словам исследователя, самооценка включает стремление человека «занять более высокую позицию в обществе с учетом принятых норм достойного поведения» [6, с. 160]. В афоризмах находят отражение вневременные концепты, такие как «честь, репутация, лицо, честолюбие, амбиция, самолюбие, самоуважение, высокомерие, спесь, чванство» [6, с. 160].

Нас интересуют речевые формулы, которые использует человек, чтобы охарактеризовать себя в ситуации естественного, непринужденного общения. Речевые формулы носят стандартный, стереотипный характер, и по этому признаку их можно включить в сферу фразеологии русского языка.

Речевые стереотипы, несомненно, отражают межличностные отношения, характерные для современного общества. Тот факт, что говорящий не задумывается над выбором слов и построением фразы, делает речевой стереотип своеобразным зеркалом, отражающим положение личности в обществе – и с точки зрения отдельного человека, и с точки зрения значимой для него социальной группы. Самооценка делает говорящего и субъектом, и объектом высказывания (усложненная субъектно-объектная позиция): на себя надо взглянуть со стороны, встать на место своих друзей, родителей, коллег и т.д. В какой-то степени *самооценка* перекликается с таким понятием, как *совесть*. Само слово *совесть* – это заимствование (калька) из греческого языка; «ο.-с. **szvĕstĕ*... значило ‘(по)знание, получаемое вместе с кем-л.’» [11, с. 184]. В отличие от *совести* (строгого судьи, фокусирующего внимание на ответственности человека перед миром и вызывающего *угрызения, муки совести*) самооценка актуализирует значимость личности и носит, несомненно, более комфортный для человека, позитивный характер.

Речевые стереотипы самооценки маркируются грамматическими формами 1-го лица. Обратимся к тем фразам, которые включают местоимение *я*: *я человек, человек маленький, человек простой, я молодец, я гений*.

Я человек маленький. Эта фраза ассоциируется с произведениями русской классической литературы – пушкинским «Смотрителем», гоголевской «Шинелью», лермонтовским «Бородино»: в этих и других произведениях человек скромного социального статуса получил право голоса, стал центром художественного мира. О важности термина *маленький человек* говорит неослабевающий интерес к этому феномену в мире искусства. Так, в статье А.В. Вавулиной данная формула определяется и как культурный концепт, и как мифологема, которая переживает «сложнейшую трансформацию» [2, с. 12].

Из литературоведческого дискурса термин перешел в обиходную речь, отчасти изменив свое значение: на первый план выходит не самоуничтожение, а самооправдание – *я человек маленький, от меня ничего не зависит, я не могу исправить ситуацию*. Противоречивость фразы заключается в том, что, с одной стороны, говорящий не стесняется ее произносить, не видит в ней унижительных смыслов, а с другой стороны, окружающие могут высказывать порицание человеку с такой жизненной позицией (фраза сопоставима с поговоркой – *моя хата с краю, ничего не знаю*). В истории этой фразы можно увидеть пример профессионального отношения писателей к слову: *человек* в любом случае звучит *гордо* и заслуживает уважения; правильный подход к создаваемому образу обеспечивает отзывчивость читателя, даже если эта отзывчивость проявляется в том, что фраза становится стереотипной самооценкой.

К речевым стереотипам относятся и варианты фразы *я человек – нервный, чувствительный, честный, опытный, ленивый, не злопамятный*. Широкое распространение получила формула *я человек простой*, и не в последнюю очередь благодаря мемам, появившимся в интернете по следам сериала «Парки и зоны отдыха» (2009 г.), в котором эти слова произнес персонаж Ника Оффермана. Новая реальность, связанная с распространением электронных средств общения, актуализирует фразу *я человек*, противопоставленную запросу сайта (*я не робот*). Кстати, фраза имеет давнюю историю, включающую и латинские выражения: *homosum, humaninihil a mealienumputo* (я человек, и ничто человеческое мне не чуждо); *errarehumanumest* (человеку свойственно ошибаться).

Резонансной стала пушкинская оценка своего произведения «Борис Годунов»: *Ай да Пушкин! Ай да сукин сын!* Эта фраза в качестве самооценки варьируется, включая не только имя, но и местоимение *я* (*Ай да я!*). Бытовое бахвальство может осуждаться, как, например, в сказке Б. Заходера «О чем индюк думал»: «Маленькая девочка во двор зашла –

кинулся на нее, забормотал, забормотал – напугал до полусмерти. И подумал: «Ай да я! Какой я сильный да храбрый!» [4]. Несмотря на нравоучительный характер детских сказок, осуждающих бахвальство, фраза «Ай да я!» зачастую используется в качестве названия детских образовательных организаций, нацеленных на раннее развитие у ребенка способностей, талантов.

В воспоминаниях С. Б. Рассадина связаны две фразы великих поэтов: «Но до чего же знакома страсть, разрешающая автору «Годунова», бия в ладоши, кричать: «Ай да Пушкин!», а автору «Двенадцати», бывавшему самокритичным до самоуничтожения, записать в дневнике: «Сегодня я гений» [8]. Творческие люди высоко оценивают свои возможности фразой *я гений*. Одно из первых публичных заявлений *я гений* приписывают Игорю Северянину: «Я, гений Игорь Северянин, своей победой упоен» [9]. Н.И. Глазков, поэт другого поколения, определяя свои ипостаси, тоже называл себя гением: «Я общепризнанный непризнанный гений, Легендарный Глазков» [3, с. 394]. В непеэтических контекстах фраза служит для определения своей удачи, своего достижения в каком-то деле, крупном или некрупном; важно, что человеку победа далась не просто. О степени распространенности фразы можно судить по материалам Национального корпуса русского языка. Так, фразу *я гений* можно найти примерно в 200-х контекстах, большая часть которых представлена в основном корпусе (98 примеров) и в «социальных сетях» (61 пример) [7]. Оценочное содержание фразы в примерах толкуется, естественно, по-разному, приобретая либо положительное, либо отрицательное значение. Результаты поиска свидетельствуют о распространенности фразы и служат признаком речевого стереотипа.

В живой речи можно услышать устойчивую фразу *Кто молодец? Я молодец!* Ее популярность поддерживается опросом пользователей интернета, которые активно отвечают на вопрос, откуда эта фраза. Может быть, из диснеевского мультфильма «Мадагаскар», где ее произнес король лемуру Джудиан. А может, из клипа группы «Ленинград», где ее повторяет героиня, добившаяся удачного свидания. Важно другое: фраза получила распространение, ее используют рефлексивно, как некий прецедентный текст. Любопытно, что самооценка высказана в виде диалога. Синтаксическая конструкция служит формой для разнообразного наполнения: «Кто чемпионы? Мы чемпионы!»; «Кто рукодельница? Я рукодельница!»; «Для кого стоп-линия? Для меня стоп-

линия». Таким образом, устойчивость фразы, возможности ее воспроизведения поддерживаются синтаксической формой.

Движение самооценки от *я человек маленький* к *я молодец* говорит о повышении статуса отдельного человека в обществе. Среди причин такого изменения отметим развитие рынка труда, распространение в производственной сфере резюме (вместо характеристик). Традиционная для русской культуры скромность в словесном оценивании своих качеств уступает место определению достоинств, необходимых для благоприятного решения «хедхантеров», «эйчаров», «менеджеров по персоналу» и т. д. О влиянии резюме на самооценку читаем в статье В.И. Карасика: «прагматика этого документа существенно отличается от прагматики традиционной производственной характеристики прежде всего в том, что автор подобных текстов присваивает себе право оценивать не только достижения в своей деятельности, но и свои личные качества. Подобная практика самопрезентации противоречит традиционным коммуникативным ценностям русской лингвокультуры» [5, с. 95].

Таким образом, на формирование речевых стереотипов оказывают влияние не только художественные тексты, но и мультфильмы, сериалы, компьютерные игры. Особая роль принадлежит деловой документации, а также языку СМИ, интернет-контенту. Виртуальное текстовое пространство (интернет) стимулирует распространение определенных фраз и превращение их в речевые стереотипы.

Библиографический список

1. Большая психологическая энциклопедия // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://psychology.academic.ru>.
2. Вавулина А.В. Концепт «маленький человек» в современном русском кинодискурсе // Профессорский журнал. Серия: Русский язык и литература. 2021. № 1. С. 12–21.
3. Глазков Н.И. Хихимора. – М.: Время, 2007. – 536 с.
4. Заходер Б. О чем индюк думал // «Ну-ка Дети»: портал. URL: <https://nukadeti.ru/skazki/zakhoder-o-chem-indyuk-dumal>.
5. Карасик В.И. Прагматика характеристики и резюме // Проблемы лингвистической прагматики. Доклады Международной научной конференции. – Калуга: Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского, 2021. – С. 86–96.
6. Карасик В.И. Самооценка личности в афористике // Славянская фразеология и паремиология. Национальное и интернациональное. Стабильное и изменчивое. К 70-летию со дня рождения профессора

В.И. Коваля: Сборник научных статей. – Гомель: Гомельский государственный университет им. Франциска Скори, 2021. – С. 159–163.

7. Национальный корпус русского языка. URL: ruscorpora.ru.

8. Рассадин С.Б. Книга прощаний. Воспоминания о друзьях и не только о них. – М.: Текст, 2022. – 432 с.

9. Северянин И. Эпilog. URL: <https://rustih.ru/igor-severyanin-epilog/>.

10. Талицкая А.А., Ливанова А.Ю. Восприятие лексем самоанализ и самооценка обыденным и профессиональным языковым сознанием // Социальные и гуманитарные знания. 2025. Т. 11. № 2. С. 196–208.

11. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка. Т. II. – М.: Русский язык, 1999. – 560 с.

УДК 82.32

Мотивная структура цикла И.А. Бунина «Темные аллеи» и ее осмысление читателями

Лукьянчикова Н.В., канд. фил. наук, доцент

Курилова К.М., студентка

Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского

Аннотация. В статье авторами рассмотрены элементы мотивной структуры цикла рассказов И.А. Бунина «Темные аллеи», определен доминирующий мотив – любовь, дробящийся на варианты (страсть, первая любовь, подлинная любовь и др.), выявлены другие сквозные мотивы (дорога, аллеи, ночь, луна, вода, красота и др.). Кроме того, авторами спрогнозировано восприятие цикла рассказов читателями и степень осмысления ими данного произведения.

Ключевые слова: мотив, любовь, «Темные аллеи», рассказы

The motif structure of I.A. Bunin's «Dark Avenues» and its perception by readers

Lukyanchikova N.V., PhD (Philology), Associate Professor

Kurilova K.M., student

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. In the article the authors consider the motif structure of the cycle of I.A. Bunin's short stories «Dark Avenues», identified the dominant

motif – love, divided into variants (passion, first love, genuine love, etc.), identified other cross-cutting motifs (road, alleys, night, moon, water, beauty, etc.). In addition, the authors predicted the perception of the cycle of stories by potential readers and the degree of their comprehension of this work.

Keywords: motif, love, «Dark Avenues», short stories

Цикл рассказов И.А. Бунина «Темные аллеи», написанный в 1937–1945 гг., – одно из ярчайших явлений в русской литературе. Мотивная структура произведений цикла не раз становилась объектом исследовательского интереса (см. работы О.Г. Глининой, Л. Цзюань, И.В. Колычевой и др.), но данная тема далеко не исчерпана. Категория мотива представлена в многочисленных трудах таких исследователей, как Б.В. Томашевский, А.Н. Веселовский, В.Я. Пропп, Б.М. Гаспаров, В.Е. Хализев, В.И. Тюпа, И.В. Силантьев. В данной статье мы опираемся на понимание мотива «как семантически насыщенного, повторяющегося элемента (в роли которого могут выступать и цвет, и звук, и слово)», представленное в работах В.Е. Хализева [2; 4; 7, с. 301].

Несомненно, любовь является ведущим мотивом «Темных аллей». Как отмечала И.В. Щербицкая, «любовь у И. Бунина препарирована. Столь тщательно, детально, скрупулезно ее никто не описывал» [8]. Действительно, любовь Бунин в «Темных аллеях» «расщепил» на палитру оттенков, каждый из которых, однако, отливает печальной тоской.

Цикл «Темные аллеи» открывает рассказ с одноименным названием, который задает тон всем остальным произведениям – это мотив трагичной, несчастливой любви.

Так в «Темных аллеях» И.А. Бунин показывает многочисленные разновидности любовного чувства: первое влечение в «Начале» и «Зойке и Валерии», похоть в рассказе «Дурочка», продажная любовь в «Мадриде», «Ста рупиях» и «Втором кофейнике», любовь-страсть в «Гале Ганской», «Пароходе "Саратове"», «Антигоне», «Визитных-карточках», «Балладе», любовь-отчаяние в «Визитных карточках», «Степе», «В Париже», первая любовь в «Русе», «Музе», и настоящая, подлинная любовь на всю жизнь в «Русе», «Натали», «Холодной осени», «Позднем часе» и даже в самих «Темных аллеях».

Во многих рассказах данные мотивы переплетаются, например, в «Натали» то, что испытывает главный герой к Соне, – это любовь-страсть, но его любовь к Натали настоящая, подлинная; а в «Визитных карточках»: героиня испытывает любовь-отчаяние, а герой – любовь-страсть.

Кроме того, в «Темных аллеях» нельзя не заметить и сквозной мотив запретной любви, «расщепляющийся» на мотивы потери невинности («Руся», «Таня», «Чистый понедельник»), обмана (« Степа»), греха (грехопадения) и очищения («Чистый понедельник»), измены («Кавказ», «Муза», «Визитные карточки», «Генрих», «Кума», «Дубки»), родительского неодобрения («Руся», «Ворон», «Таня», «Весной, в Иудее»).

Мотивы похоти и страсти сопряжены с мотивом насильственной близости (« Степа», «Дурочка», «Таня», «Второй кофейник», «Зойка и Валерия»). В рассказе «Таня» этот страшный мотив преобразуется в мотив «чудесной преобразующей силы внезапной любви» [5].

Кроме того, стоит также упомянуть и мотив двоения («Зойка и Валерия», «Генрих», «Натали»).

В «Темных аллеях» присутствуют и другие сквозные мотивы, которые так или иначе связаны с любовью, приводят к ней или вытекают из нее.

И.В. Щербицкая отмечает, что «в использовании сквозных мотивов в «Темных аллеях» И.А. Бунин также оригинален, неповторим. Неповторим в том, что совмещает <...> несовместимое – любовь, счастье и смерть» [8]. Эти мотивы совмещаются в таких рассказах как «Холодная осень», «Поздний час», «В Париже», «Натали». Также в некоторых рассказах появляется мотив убийства («Генрих», «Дубки», «Пароход "Саратов"») и самоубийства («Кавказ», «Зойка и Валерия», «Гая Ганская», «Часовня»).

В некоторых рассказах цикла присутствует мотив памяти, который тоже связан с любовью, жизнью и смертью. Моменты счастья и любви для героев Бунина являются самыми яркими, поэтому они часто к ним возвращаются мысленно или при пересказе тех событий кому-то («Поздний час», «Руся», «Гая Ганская», «В одной знакомой улице», «Речной трактир», «Холодная осень»). С мотивом памяти связан и мотив молодости, оба они ярко представлены в рассказе «Темные аллеи».

Кроме того, с мотивом любви связаны и мотивы встречи (знакомства) и расставания (прощания, разлуки). Мотив встречи есть во многих рассказах цикла, сюжет которых завязан на первом знакомстве и дальнейшей любви, а также этот мотив присутствует в рассказах, где речь идет о встрече после долгой разлуки, как в тех же «Темных аллеях». Мотив же расставания часто перемежается с мотивом обмана (« Степа») и мотивом смерти (убийства, самоубийства).

В некоторых рассказах цикла присутствует мотив воды, который дробится на более частные мотивы: разрушительной силы («Степа», «Кавказ») и силы очищения («Степа», «Чистый понедельник»).

Также в цикле присутствуют мотивы тепла/холода, чистоты/грязи, тоже связанные с любовью (рассказ «Темные аллеи»).

В «Темных аллеях» часто встречаются мотивы ночи и луны. «Ночь помогает героям обрести тайное знание, понять сокровенную сущность бытия» [4]. Луна же двойственна: она обозначает одновременно и жизнь, и смерть. Иногда мотив луны осложняется образом воды, и тогда появляются мотивы воды-очищения и зеркальной воды, в которой отражается луна, что усиливает мотивные признаки и того, и другого элемента («Поздний час»).

В цикле присутствует и мотив судьбы, который дробится на мотивы случайности и рока («Степа»).

Также очень силен в «Темных аллеях» и мотив дороги. Он пересекается с такими мотивами как жизнь, встреча, расставание, случайность («Волки», «Начало», «Генрих», «Ночлег»).

Бунинской вариацией мотива дороги являются аллеи: они в данном случае – запутанные человеческие судьбы, и у писателя они обязательно темные, трагичные. Аллеи «ведут» в сад, в котором происходят встречи, прощания, любовные объяснения героев. Мотивы темных аллей и сада пронизывают все рассказы цикла, однако материализованы они, например, в рассказах, «Холодная осень», «Качели».

В «Темных аллеях» также присутствует и мотив красоты, который можно понять по-разному: красота окружающего мира («Смарагд», «Качели»), женская (эротическая) красота («Смарагд», «Сто рупий», «Руся», «Визитные карточки», «Антигона», «Зойка и Валерия», «Таня»).

Вдумчивый читатель, знакомясь с циклом «Темные аллеи», будет замечать в этих рассказах повторяющиеся элементы, например, что все сюжеты написаны о любви (разной, но доминантным «цветом» все же является несчастливость этой любви); что иногда в историях используется троп «рассказ в рассказе», раскрывающий мотив памяти; что Бунин оперирует избранной природной семантикой (мотивы воды, тепла/холода, чистоты/грязи, ночи и луны, дороги и аллеи). Н.А. Краснова в своей работе отметила, что «раз представший и не единожды возникающий по мере разворачивания повествования образ <...> может стать символом, направляющим восприятие читателя по тому пути, который замыслил автор» [3].

У читателя, исходя из его способностей к глубокому размышлению, предугадыванию развития событий и сопоставлению с предыдущим литературным опытом, при изучении цикла «Темные аллеи» возникнет собственная парадигма, которую он будет заполнять сквозь призму прочтения и интерпретации бунинских рассказов. По мнению А.А. Плисс, «первичность и вторичность мотивов могут интерпретироваться читателем по-разному, вне зависимости от воли автора» [6], поэтому мы можем предполагать, что любой потенциальный читатель способен уловить доминирующий мотив цикла – несчастная любовь, однако остальные мотивы, «вытекающие» из любви, будут замечены либо внимательным читателем-критиком, нацеленным на нахождение этих мотивов, либо же читателем, для которого эти мотивы сдвигаются в процессе пересечения с его прошлым литературным или личным опытом.

Библиографический список

1. Бунин И.А. Темные аллеи: рассказы. М.: Эксмо, 2022. – 288 с.
2. Гаспаров Б.М. Литературные лейтмотивы. Очерки русской литературы XX века: сборник статей. – М.: Наука, 1994. – 304 с.
3. Краснова Н.А. К проблематике анализа системы мотивов художественного произведения // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Серия: «Педагогика и психология», «Филология и искусствоведение». 2008. Т. 10, вып. 1. С. 245–250.
4. Круглова А.А. «Темные аллеи» И. Бунина в контексте его творчества эмигрантского периода: феноменология жанра и стиля: специальность 10.01.01 «Русская литература»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Круглова Анна Алексеевна. Кострома: Шуйский государственный педагогический университет, 2009. – 23 с.
5. Панченко Т.Ф., Нечаева Д.И. Книга И.А. Бунина «Темные аллеи» как метажанровое единство // Известия Восточного института. Серия: Литературоведение. 2016. Т. 32, вып. 4. С. 10–21.
6. Плисс А.А. Семантика категории «мотив» в современном литературоведении: функциональные характеристики // Пятигорский государственный лингвистический университет. 2013.
7. Хализев В.Е. Теория литературы: учебник. М.: 2002. – 437 с.
8. Щербицкая И.В. Стилистические особенности цикла И.А. Бунина «Темные аллеи»: Специальность 10.01.01 «Русская литература»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Махачкала: Дагестанский государственный университет, 2008. – 23 с.

**«Гоголевский след» в произведениях Дмитрия Мордаса
(на материале рассказа «Зайчик»)**

Лукьянчикова Н.В., канд. филол. наук, доцент

Сесекин А. А., студент

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. В статье исследуется рецепция гоголевской традиции в современной русской хоррор-прозе на материале рассказа Дмитрия Мордаса «Зайчик». Анализируются ключевые аспекты поэтики: художественное пространство (топосы зимы и леса), мотив оборотничества и образ демонического существа. Предпринята попытка доказать, что Д. Мордас не просто заимствует отдельные элементы, но творчески переосмысливает гоголевскую модель взаимодействия реального и ирреального, адаптируя её к эстетике современного хоррора.

Ключевые слова: Н.В. Гоголь, Д. Мордас, «гоголевский след», хоррор, мистика, поэтика, мотив оборотничества, демонический образ

**«Gogol's Footprint» in the Works of Dmitry Mordas
(based on the story «Tiny Bunny»)**

Lukyanchikova N.V., PhD (Philologic) Associate Professor

Sesekin A. A., student

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. The article explores the reception of N. Gogol's tradition in contemporary Russian horror fiction, focusing on Dmitry Mordas's short story «Tiny Bunny». It analyzes key aspects of the story's poetics, including the artistic space (topoi of winter and forest), the motif of werewolves, and the image of a demonic creature. It is proved that Mordas does not just borrow individual elements, but creatively reinterprets Gogol's model of the interaction between the real and the unreal, adapting it to the aesthetics of modern horror.

Keywords: N.V. Gogol, D. Mordas, «Gogol's trace», horror, mysticism, poetics, the motif of shapeshifting, demonic image

В литературоведении наблюдается устойчивый интерес современных авторов к традициям классической мистики, в частности, к творчеству

Н.В. Гоголя. Способность сплавлять бытовое и фантастическое, создавая эффект «завуалированной фантастики» [2], стала образцом для последующих поколений писателей. Цель статьи – выявить и проанализировать элементы гоголевской поэтики в рассказе Д. Мордаса «Зайчик», одном из ярких образцов современного российского хоррора. Нам представляется интересным сопоставить элементы художественных систем двух авторов, разделенных временем, но объединенных интересом к природе страха.

Прежде чем перейти к аналитическому сопоставлению стилей, отметим жанровые особенности и художественные элементы мистической и хоррор-литературы. Мистика основывается на фантастическом сломе реального мира без объяснения и поиска логического происшествия, опираясь на фольклорные элементы, и имеет социальный характер, в отличие от хоррора. Ужасы опираются на индивидуальные черты человека, затрагивая разнообразные фобии, имеют жуткий и отталкивающий (в некоторых случаях даже уродливый) образ с опорой на психологизм человека. Как отметила А.Г. Мендагалиева, «повышенная тревожность, с которой сталкиваются читатели, сублимируется литературой ужасов» [3]. Но грань этих двух жанров так и остаётся зыбкой. Многие авторы синтезируют их под одной обложкой в цельном произведении. Оба эти жанра прекрасно взаимодополняют друг друга в достижении общей цели оказания влияния и достижения выражения у читателя чувства страха.

Н.В. Гоголю удалось синтезировать ирреальное с обыденностью, создавая иллюзию повседневности, ощущения, что мистическое и даже ужасное окружает нас и нам необходимо лишь это прочувствовать, осознать и переосмыслить, правда ли всё это или лишь стечение обстоятельств и фактов в этом странном настоящем. Далее эту литературную традицию продолжают другие писатели, которые через сверхъестественное и ужасное представляют читателю свой взгляд на ту или иную проблему, опираясь и воздействуя на сознание человека, используя приёмы психологизма и ужасающие аллегорические образы. Среди современных авторов, наиболее активно обращающихся в своем творчестве к жанру хоррора, выделяем молодого писателя Дмитрия Сергеевича Мордаса (род. 1986), произведения которого пока ждут своего исследователя, но уже нашли своего читателя. Ряд произведений Д. Мордаса был включен в антологии, а рассказ «Зайчик» победил в конкурсе «Чертова дюжина» сетевого издания DARKER. Полагаем, что рассказ «Зайчик» позволяет выявить несколько уровней диалога

современного писателя с гоголевской традицией (речь идет прежде всего о таких произведениях, как «Ночь перед Рождеством», «Майская ночь, или Утопленница» и «Вий»).

Выделим ряд позиций, позволяющих считать, что современный писатель ориентируется на творчество классика, осмысляя природу страха:

1. *Топос зимней изоляции.* Как и в «Ночи перед Рождеством», зима у Мордаса – не просто фон, а активная сила. Однако если у Н.В. Гоголя она – пространство испытаний и чудес для Вакулы, то у Д. Мордаса – символ экзистенциального одиночества, смерти и необратимости зла. Дом главного героя Антона находится на окраине леса, что усиливает мотив изоляции и уязвимости: об этом говорит один из персонажей, который стал для него угрозой: *«Видишь, что с нами стало, зайчик! – сказала Птица, едва ворочая клювом. – Но это ничего. Мы уйдем. Но будет зима, и мы вернемся»*. [5]. Из речи Птицы можно определить, что опасность для Антона всё равно вернётся зимой.

2. *Хтонический топос леса.* Лес в «Зайчике», как и в «Вие», – локус ирреального, обитель нечистой силы. Он «живой» и враждебный: *«все боялся того, что кто-нибудь окликнет его из леса»* [5]. Этот образ напрямую восходит к гоголевскому описанию леса, окружающего церковь, где погибает Хома Брут, – места, навсегда оставшегося во власти тьмы: *«Так навеки и осталась церковь с завязнувшими в дверях и окнах чудовищами, обросла лесом, корнями, бурьяном, диким терновником; и никто не найдет теперь к ней дороги»* [1]

3. *Мотив оборотничества.* Этот ключевой для Н.В. Гоголя мотив («Вий», «Майская ночь...») Д. Мордас переводит в психологическую плоскость. Внешнее превращение («звери» в масках оказываются монстрами) зеркально отражает внутреннюю метаморфозу героя: *«Да, это была Сова, но теперь она изменилась, один глаз отсутствовал, а в маске, если это была маска, зияли дыры, сквозь которые виднелось розовое мясо... Лиса падала и поднималась, шерсть с нее сыпалась, как иглы с засохшей елки, Сова волочила крыло, медведь ползал, и мокрый темный след оставался за ним на снегу... Волк оскалится, кожа на его морде лопнула, и пасть с хрустом вытянулась, стала огромной. Никогда ни у одного волка, ни у одного живого существа не могло быть такой пасти»* [5].

Антон не просто в финале рассказа надевает маску зайца; он принимает свою «звериную» сущность, свою тьму. Это развитие гоголевской идеи о двойственной природе человека, но с трагическим,

необратимым финалом: *«Козёл, прихрамывая, подковылял к Антону и протянул ему маску. Та изображала морду зайца и сделана была из сваляной шерсти. Видно было, что маска очень старая, на ней едва-едва виднелись нарисованные нос и усы, а на щеке зияла дыра, стянутая толстыми нитями... Ему почудилось, что между волокон шерсти ползают какие-то существа, вроде белых червей, которые только и ждут, чтобы впитаться ему в кожу»* [5].

4. *Образ демонического повелителя.* Фигура Козла у Д. Мордаса – сложный синтез гоголевских традиций. В его описании (*«черный бородатый Козёл с длинными позолоченными рогами»*) угадывается и гоголевский могущественный Вий: *«...послышалось вдали волчье завыванье, и скоро раздались тяжёлые шаги, звучавшие по церкви; взглянув искоса, увидел он, что ведут какого-то приземистого, дюжего, косолапого человека. Весь был он в черной земле. Как жилистые, крепкие корни, выдавались его засыпанные землею ноги и руки. Тяжело ступал он, поминутно оступаясь. Длинные веки опущены были до самой земли. С ужасом заметил Хома, что лицо было на нем железное. Его привели под руки и прямо поставили к тому месту, где стоял Хома»* [1]. Однако его функция иная: он не просто является олицетворением уничтожения, а соблазняет и вербует, выступая как искушитель, видящий темное начало в самом герое. Его дудочка, заставляющая танцевать, – аллюзия на инфернальную и гипнотизирующую музыку: *«Козёл сидит, скрестив ноги, и играет на флейте. От музыки тело само задвигалось в танце, и чувство потери контроля было удивительно приятным»* [5].

Проведенный анализ позволяет утверждать, что рассказ Д. Мордаса «Зайчик» является ярким примером творческой рецепции гоголевской традиции в современной литературе. Д. Мордас не копирует, а переосмысливает ключевые элементы поэтики Н.В. Гоголя:

1. Топосы зимы и леса из пространства чудесного и опасного превращаются в пространство экзистенциального ужаса и безысходности;
2. Мотив оборотничества трансформируется из внешнего, фольклорного во внутренний, психологический, раскрывая тему пробуждения врожденной жестокости;
3. Образ демонического существа эволюционирует от яркого фольклорного персонажа к более сложному и аллегорическому искушителю.

Таким образом, «гоголевский след» в рассказе Д. Мордаса проявляется не на уровне цитат, а на уровне глубокого усвоения и творческой трансформации художественной модели, построенной на

слиянии реального и ирреального для раскрытия темных глубин человеческой природы. Оба писателя занимались изучением пограничных состояний человеческой психики, раскрывая в своих произведениях мистические элементы и образы, способные поражать воображение читателя и погружать его в атмосферу неопределенности и загадочности. Н.В. Гоголь и Д. Мордас обладают даром создавать образы, в которых присутствует таинственное и ужасное, вызывающее трепет и тревогу у читателя. Их произведения наполнены загадками и символикой, погружая читателя в мир загадочных событий и необъяснимых явлений, вплетающихся в нашу действительность.

Библиографический список

1. Гоголь Н.В. Собрание сочинений: в 7 т. – М.: Художественная литература, 1984.
2. Манн Ю.В. Гоголь. – М.: История всемирной литературы, 1989. – 510 с.
3. Мендагалиева А.Г. Хоррор и его место в жанровой палитре массовой литературы // Libri Magistri. 2023. № 23. С. 13–22.
4. Мордас Д.С. Зайчик и другие рассказы. – М.: Эксмо, 2014. – 192 с.
5. Хапаева Д.Р. Кошмар: литература и жизнь // Вестник Пермского университета. 2017. № 4. С. 82–89.
6. Слеб Е. Влияние мистической литературы на мировоззрение читателя: специальность «Культурология» / XI Межрегиональная научно-практическая конференция «Новое поколение». - Самара, 2022. – 21 с.
7. Суханова Е.А. Типология и характерные черты хоррор-дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016.

УДК 181.161.1

Приёмы комического в рассказе А. Вампилова «На другой день»

Прусова Е.Н., канд. филол. наук, доцент

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные вопросы комплексного анализа художественных произведений русской литературы XX века. На примере рассказа А. Вампилова «На другой день» представлены основные приёмы комического в произведениях

известного писателя. Сделан вывод об идейно-художественной проблематике рассказа «На другой день», параллели художественного мира А. Вампилова с произведениями А. П. Чехова и Н. В. Гоголя.

Ключевые слова: комплексный анализ художественного текста, приёмы комического, идейно-художественная проблематика, русский культурный код

Comic techniques in A. Vampilov's story «The next day»

Prusova Ye.N., PhD(Philology), Associate Professor

Yaroslavl Higher Military School of Air Defense named after Marshal of the Soviet Union L.A. Govorov

Abstract. This article examines current issues in the comprehensive analysis of 20th-century Russian literary works. Using A. Vampilov's short story "The Next Day" as an example, it presents the main comic techniques in the famous writer's works. A conclusion is drawn regarding the ideological and artistic themes of "The Next Day" and the parallels between Vampilov's artistic world and the works of A. P. Chekhov and N. V. Gogol.

Keywords: comprehensive analysis of artistic text, comic techniques, ideological and artistic issues, Russian cultural code

Произведения Александра Вампилова, русского прозаика и драматурга, сравнивают с творчеством А. П. Чехова и Н. В. Гоголя. Этого автора XX века так же, как его знаменитых предшественников, интересует человек в мире людей и все проявления человеческой души. Рассказы и пьесы автора не теряют своей актуальности в наше время. Драматические и прозаические произведения не сходят с подмостков известных театров в нашей стране. До сих пор филологов и театроведов интересуют драматургические приёмы его произведений. К таким приёмам можно отнести способы введения комического в прозаический контекст.

В статье проанализирован небольшой рассказ А. Вампилов «На следующий день», вошедший в сборник ранних рассказов писателя «Стечение обстоятельств». На его примере представлены основные приёмы комического, характерные для прозы известного писателя и драматурга.

Зерно интриги содержится уже в заглавии рассказа «На следующий день»: на протяжении развития сюжетной линии читатель может только догадываться, что же случилось с героем накануне.

С самой первой строчки автор настраивает читателя на лирический лад: герой – молодой человек, сидящий на скамейке «в позе больного художника с известной картины Карнаухова», у него «бледное лицо, которое выражало крайнее нетерпение и бесконечное отчаяние». Перед читателем возникает бледный романтический герой из романов 19 века, некий Чайльд Гарольд, который испытывает страдания: «В его глазах была сосредоточена грусть целого объединения начинающих поэтов-лириков» [1, с. 85].

Дальнейшее напряжение сюжета нарастает, проявляется теперь в нервических движениях молодого человека: «Дрожащими руками молодой человек полез в карман, закурил, но тут же с отвращением отбросил папиросу». Душевному состоянию мужчины соответствует пейзаж: «Почти задевая скелеты тополей, по небу ползли грязные лоскутки туч. В маленьких лужицах всхлипывал мелкий и нудный дождик» [1, с. 85].

Нарастание напряжения достигается с помощью приёмов театрализации повествования. Кульминацией рассказа становится фраза: «Декорация для самоубийства...». «От чего же он страдает», – думает читатель? Ну, конечно, вывод напрашивается сам: романтический герой может страдать только от неразделённой любви! Далее эта мысль подтверждается описанием физического состояния героя, представленного в контрасте с его вчерашним состоянием: «Вчера мне было весело и легко. А сегодня – ужасно! Грудь давит, будто меня сунули под гидравлический пресс. Невыносимо!» [1, с. 85–86]. Попутно выясняется, что накануне главный герой «мог бы себя вовремя сдержать», но, к сожалению, «не сдержал». Читатель снова мучается в догадках: что же случилось накануне?

Мучения главного героя венчает внутренний монолог, наполненный сомнениями, возмущением, восклицаниями о коварстве женщин, их равнодушии к чужим страданиям, об их злорадстве: «Только женщина может быть так жестока и так небрежна. Знает ли она, что такое депрессия души и тела?». «Это настоящая инквизиция! Кто ей дал право так издеваться! О, как тяжело! Как ужасно...» [1, с. 86]. Читатель утверждает в своих догадках о неразделённой любви героя, о легкомысленной и бесчувственной девушке – предмете мучительной страсти.

Развязка наступает неожиданно для читателя – герой дождался предмета «своей страсти»: «Но здесь лицо его просветлело: он увидел ту, которую ждал с таким нетерпением. Он поднялся, облегчённо вздохнул и

быстро вошёл в только что открытую толстой пожилой женщиной дверь под вывеской «Пиво воды». – Три пива! – выкрикнул он на ходу» [1, с. 86].

Итак, приёмами комического в данном произведении можно считать, во-первых, соединение драматического и комического в пределах одного произведения: мотив лирического ожидания возлюбленной – явление толстой пожилой женщины.

Во-вторых, анекдотичность ситуации, жанр фельетона: молодой человек мучается от похмелья, а читатель ожидает «высокого чувства».

В-третьих, приём гротеска, доведение до абсурда: страдания героя преувеличены: «декорация для самоубийства», инквизиция, издевательство, депрессия души и тела.

В-четвёртых, интрига сохраняется до самого финала рассказа.

В-пятых, контраст между возвышенным и бытовым: «грусть целого объединения поэтов-лириков» – «Три пива!».

В-шестых, приём остранения, новый взгляд на бытовую проблему общества: автор предлагает сравнить «страдания» мужчины после обильных возлияний со страданиями лирического героя в ожидании возлюбленной. Этот приём приводит к комическому эффекту.

В-седьмых, использован образ маленького человека, открытый когда-то Н. В. Гоголем, этот образ помещён в современный контекст, мотив одиночества и нереализованности, поиск «несбыточного идеала» переосмыслен автором, приводит к эффекту анекдота, фарса, водевиля.

В-восьмых, комический эффект создан с помощью дополнительного приращения смысла к уже знакомым лексическим единицам: абсолютно новое звучание приобретают лексемы «болезнь», «нетерпение», «отчаяние», «страдания», «депрессия», «инквизиция». Слова с высоким лирическим звучанием становятся «перевёртышами» в бытовом мире, получают новый комический подтекст.

В-девятых, авторские ремарки, сближающие прозаический текст с драматургическим: «И если бы вы заглянули в эту минуту ему в душу, то вам стало бы неприятно» [1, с. 85]. Ремарка звучит диссонансом к состоянию главного героя: читателю должно стать неприятно, но не вызывать сочувствия. «Но здесь лицо его просветлело: он увидел ту, которую ждал...» [1, с. 86]. Далее следует описание продавщицы из ларька.

Таким образом, с помощью приёмов комического автор выражает главную идею рассказа – измельчание идеалов общества, погружение человека в низменные бытовые проблемы. С помощью приёмов

комического А. Вампилов создаёт эффект катарсиса: смех сквозь слёзы, осознание человеческих ошибок через смех над собой, как у Н. В. Гоголя: «Над кем смеётесь...». Именно этот эффект катарсиса, смеха сквозь слёзы, можно считать русским культурным кодом, позволяющим поставить произведения писателя XX века А. Вампилова в один ряд с классиками русской литературы.

Библиографический список

1. Вампилов А.В. Белые города: Рассказы, публицистика – М.: Современник, 1979. – 288 с.
2. Николенко О.Н. Гоголевские мотивы в драматургии А. Вампилова [Электронный ресурс]. URL: <https://www.domgogolya.ru/science/researches>.
3. Прусова Е.Н. Работа с рассказом А. Вампилова «Солнце в аистовом гнезде» в иностранной аудитории // Русская литература в иностранной аудитории: сборник научных статей. Вып. 8. – СПб: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2019. – С. 128–131.
4. Прусова Е.Н., Сергеева Н.М. Русская литература XX века в иностранной аудитории (работа с рассказом А. Вампилова «Финский нож и персидская сирень») // Русская литература в иностранной аудитории: Материалы XIV междунар. науч.-практ. конф. «Миры России. Русский человек, природа, язык как предметы осмысления в иностранной аудитории», 18 нояб. 2022 г.; под общ. Ред. Т.Г. Аркадьевой. Вып. 11. – СПб: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2023. – С. 290–294.
5. Прусова Е.Н. Рассказ А. Вампилова «Последняя просьба» в иностранной аудитории // Человек в информационном пространстве: сборник научных материалов / под науч. ред. Н.В. Аниськиной; общ. ред. Л.Е. Бахваловой. – Ярославль, 2024. – С. 130–135.

УДК 181.161.1

Цветовая деталь в произведениях детской литературы (на материале повестей Л.Ф. Воронковой)

Филонова Ю.А., канд. пед. наук, доцент

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. Статья посвящена анализу цветowych деталей в повести Л.Ф. Воронковой «Лихие дни» и выявлению их функций. Исследование показало, что в описаниях: портрете, пейзаже, интерьере, цветowych

детали, во-первых, создают конкретизированную картину, максимально отвечающую детскому восприятию; во-вторых, передают внутреннее состояние героев, черты и качества характера. Цвет сопровождает и детали-символы – алые звезды, черные кресты, что значимо для идейного смысла повести: алые звезды несут Победу над врагом.

Ключевые слова: Л.Ф. Воронкова, цветовая деталь, детская литература

Color Detail in Children's Literature (based on the Novels by L.F. Voronkova)

*Filonova Yu.A., PhD (Pedagogics), Associate Professor
Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky*

Abstract. The article is devoted to the analysis of color details in L.F. Voronkova's novel "Dashing Days" and the identification of their functions. The study has shown that in descriptions such as portraits, landscapes, and interiors, color details, firstly, create a holistic and specific picture that is most suitable for children's perception, and secondly, convey the inner state of the characters and their traits and qualities. Color also accompanies symbolic details, such as scarlet stars and black crosses, which are significant for the ideological meaning of the novel: the scarlet stars represent victory over the enemy.

Keywords: L.F. Voronkova, color detail, children's literature

Перед детским писателем стоит задача изображать мир, человека максимально конкретно. Поэтому детская литература часто апеллирует ко всем органам чувств: зрению, обонянию, слуху. Краски, звуки, запахи постоянно присутствуют в произведениях детской литературы.

Цвету, по мнению психологов, принадлежит ведущая роль в восприятии мира ребенком. Не случайно и в детском фольклоре, и в детской литературе так много цветообозначений.

Известный детский писатель Л.Ф. Воронкова во многих своих произведениях использует цветообозначения. Читателям помнится синий капор Валентинки, героини повести «Девочка из города» [3], её желтая сумочка. Эти предметные детали неоднократно повторяются в повести и потому легко запоминаются читателями.

«Белая, как преник» (именно так произносит слово «пряник» татарка Дарима) Зина Стрешнева – любимый многими персонаж повести

«Старшая сестра» [5] – запоминается в том числе и благодаря этому выразительному сравнению.

Повесть «Лихие дни» выделяется среди других произведений писателя особым вниманием к цвету. Вот один из абзацев, которыми буквально начинается повесть: «Деревня взобралась высоко на гору. Ее так и зовут *Зеленая Горка*. И Маринке от своего крыльца были далеко видны снежные поля, *розовые* от солнца, *синие* гряды ближних и дальних лесов, соседняя деревня с ее садами... Сейчас сады стоят запущенные инеем, а как *зелено* там летом!» [4].

В одном абзаце – четыре слова – цветообозначения! Пятый цвет – белый – прямо не назван, но дважды передан через цвет снега, инея.

Или: «А вот там, направо, река. На отлогом берегу ее *чернеет* другая деревня – Отрада» [4]. Глагол обращает на себя внимание: деревня не находится, не располагается, – чернеет.

В статье мы ставим цель выявить цветовые детали в повести и определить их функции.

Методологической основой исследования являются труды, посвященные понятию художественной детали, её типологии, функциям. Эти вопросы рассматривались в работах Г.Н. Пospelова [8] А.Б. Есина [7], Л.В. Чернец [2], Е.С. Добина [6], Л.М. Крупчанова [1] и других ученых.

В литературоведении нет единой классификации художественной детали. Мы выделяем в повести Л.Ф. Воронковой детали внешние: пейзажные, интерьерные, портретные, и детали символические.

Последние особенно важны. С самого начала произведения, посвященного теме Великой Отечественной войны, задается антитеза красного и черного цвета. Красный цвет – это символ Красной армии, Победы. Черный – символ немецкой оккупации, фашизма, врага. Вот как представляет наступление фашистов главная героиня повести, девочка Маринка: «Словно *черная тяжелая туча* надвигается на их деревню и хочет задушить их. Эта туча все ближе и ближе. Убежать от нее некуда. Кто остановит эту тучу, защитит деревню!» [4].

Черный цвет появляется не только в образах природы, но и в символике двух армий. Черный крест – фашистскую свастику – видит Маринка на крыльях немецких самолетов: «И вот над самой дорогой в синем небе появились два самолета. Они ревели и завывали. И летели так низко, что казалось, вот – вот зацепят крылом за елку. И на крыльях у них вместо красных звезд *чернели большие зловеющие кресты*» [4].

В финале повести брат Маринки, Ганя, подняв голову к небу, «отчетливо увидел на светлосеребряных крыльях алые звезды» [4]. Так показано освобождение деревни советскими войсками, победа Красной армии.

В символике цвета важное значение имеет и оппозиция свет – тьма. Так, крылья самолета, не просто серебряного, металлического оттенка, – они именно «светлосеребряные». В повести символика света и тьмы проявляется и в деталях пейзажа. Пейзажные детали несут на себе и психологическую нагрузку. Предчувствие беды передано цветом: «На улице было еще светло, снег искрился, окрашенный *красноватым сиянием печального вечернего солнца*, а в избе уже стужались сумерки» [4].

Когда беда пришла в соседнюю деревню, контраст становится резким, пугающим: «Безмолвная, снежная, вся *седая от инея* была ночь. Деревья стояли *белые* и пушистые. И среди этой снежной ночи над этими белыми деревьями широко разливалось *зловещее малиновое зарево* огромного пожара. Ой, дедушка, – сказала Маринка, понизив голос, – там все небо красное, все– то небо горит!» [4].

Цвет дает возможность показать картины природы в динамике. На смену страшной ночи приходит утро: «В окнах *посветлело*, начинался рассвет. *Красные злые* огоньки, отблески далекого пожара, мерцавшие на морозных узорах окна, стали *бледнеть и гаснуть*»; «Над Отрадой поднимался *черный дым*. <...> Дым над Отрадой становился все гуще, все шире, *яркие багряные языки* показались внизу, но над Зеленой Горкой пока еще *ясно синело* тихое небо» [4].

Цветовая палитра предметных деталей в интерьере расширяется. При сохранении контраста черного/темного и теперь уже не красного, а белого цвета, добавляется солнечный жёлтый, зеленый. Это свет лампы, цвет занавески, создающие атмосферу тепла и уюта. Вот как изображается изба в мирное время: «Но есть еще узенькая щелочка, еще что-то видят Маринкины глаза. Маринка глядит на пеструю занавеску у печки. Занавеска *желтая*, а по *желтому полю* вытканы *коричневые* лисички и *зеленые* кустики. И вот занавеска понемногу вся оживает. Тихо – тихо начинают покачиваться *зеленые* кустики, словно ветер шевелит их... Вот и лисички зашевелились. Ожили – бегают, играют, шевелят хвостами, безмолвные и беззвучные как тени.

А тут еще и от лампы потянулись во все стороны широкие желтые лучи – полна изба лучей!» [4].

Чистота в избе, белый цвет обоев, солнечные лучи – всему этому наступает конец с приходом немцев. Интерьер становится темным, грязным: «От шинелей по белым обоям растеклись *темные* сырые пятна. <...> *Белые* обои, которые бабушка так берегла – бывало пальцем не даст до стены дотронуться, – эти обои были покрыты пятнами, изорваны гвоздями. Карточки, украшавшие стены, были сорваны и валялись в углу: они мешали немцам развешивать по стенам свою амуницию. Ящики из комода, опустошенные до дна, стояли среди пола, *грязного, затоптанного дочерна*» [4].

Чистота возвращается, когда немцы бегут из деревни: «Мать отмыла, отскоблила Маринкину кровать, постелила *чистый* сенник и *белую* дерюжку, принесла из чулана ее теплое *синее* одеяло. Маринка укуталась в него и оставила только щелочку для глаз. В эту щелочку ей виден был *огонек* кухонной лампы. Маринка прижмурила ресницы, ей захотелось, чтобы все было, как прежде, как раньше, когда в доме было так хорошо и весело. Захотелось, чтоб забегали на занавеске лисички, чтоб закачались *розовые цветы на белых обоях*, чтоб от маленькой лампы снопами потянулись и рассыпались во все стороны *золотые лучи*» [4].

В портретных деталях также проявлена антитеза свои– враги. У дедушки глаза синие, ласковые: «Пришел из конюшни дед. У него на *белых* усах намерзли сосульки, шапка и брови заиндевели и валенки скрипели от мороза. <...> Он ласково поглядел на ребят своими *синими* глазами, снял со стены веревку и снова пошел из избы» [4].

У немцев глаза холодные, страшные, что усиливается зооморфными сравнениями: «Офицер поглядел на Маринку, и в его серых глазах блеснул *холодный* нетерпеливый огонек.

Один солдат с *черными, выпуклыми*, как у рака, глазами подмигнул ей и сказал:

– Кудряш – капут?»

Не только наяву, но и во сне преследуют героиню эти холодные глаза: «Маринка уснула к рассвету. Сны были страшные: немцы глядели на нее из окон, шептали что– то, скалили зубы... Вот один вошел в горницу и стоит прямо перед Маринкой. Она видит его глаза – *серые с крапинками, холодные, жестокие*» [4].

В портретных деталях цвет часто имеет психологическое наполнение, причем не только в портретах людей, но и животных. У собаки более человеческие глаза, чем у фашистов: «Она подняла его голову и, плача, глядела на его добрую морду. *Озорные карие* глаза уже не видели

Маринку. Из черных ноздрей Кудряша показалась темная струйка крови и смочила его мягкую желтую шерсть» [4].

Такие чувства, как скорбь и боль, передаются Воронковой через цвет. В эпизоде, когда немцы расстреляли деда, «бабушка вошла в избу *белая, как холст*»; «*побелевшими губами* прошептал Ганя. Он бросил вожжи товарищу и, не видя тропочки, по сугробам побежал домой». В пейзажной детали, сопровождающей похороны деда, появляется не белый, а серебряный цвет, становящийся воплощением печали: «Деда схоронили вместе с партизанами, убитыми на реке, схоронили на горке под *печальными серебряными березами*. Бабушка умыла его побледневшее лицо. Только на бороде осталась кровь» [4].

Итак, анализ цветовых деталей в повести показал, что они выполняют несколько функций. В описаниях: портретах, пейзажах, интерьере, во-первых, создают целостную, конкретизированную картину, максимально отвечающую детскому восприятию; во-вторых, передают внутреннее состояние героев, черт и качества их характеров. Цвет сопровождает и детали – символы – алые звезды, черные кресты, что значимо для идейного смысла повести: алые звезды несут Победу над врагом.

Цветовые детали выполняют и композиционную функцию антитезы: цвета мирной жизни разнообразны и чисты, связаны с категорией света, цвета войны – всегда контрастны: черный – белый или черный – красный, а образ врага связан с категорией тьмы.

Цвета, которые использует автор, – простые, знакомые ребенку: алый, черный, белый, синий, желтый.

В повести «Лихие дни» цветовые образы главенствуют среди других образов, адресованных системе восприятия – звуковых, обонятельных, хотя звуковые тоже играют немаловажную роль в создании картины войны.

Насыщенность повести многообразными деталями может стать основой для дальнейшего исследования, например, звуковых образов.

Библиографический список

1. Введение в литературоведение: учебник для вузов / Л.М. Крупчанов [и др.]; под общей ред. Л.М. Крупчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 479 с.

2. Введение в литературоведение: учеб. пособие / Л.В. Чернец, В.Е. Хализев, А.Я. Эсалнек и др.; под ред. Л.В. Чернец. – М.: Высш. шк., 2004. – 680 с.

3. Воронкова Л.Ф. Девочка из города [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/fiction/devochka-iz-goroda/>.

4. Воронкова Л.Ф. Лихие дни [Электронный ресурс]. URL: <https://libking.ru/books/child-/child-prose/516306-11-lyubov-voronkova-lihie-dni.html#book>.

5. Воронкова Л.Ф. Старшая сестра [Электронный ресурс]. URL: <https://libking.ru/books/child-/child-prose/107341-lyubov-voronkova-starshaya-sestra.html>.

6. Добин Е.С. Сюжет и действительность. Искусство детали. – Ленинград: Советский писатель, 1981. – 431 с.

7. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения: учебное пособие. – М.: Флинта, Наука, 2000. – 248 с.

8. Поспелов Г.Н. Проблемы литературного стиля. – М., 1970. – 309 с.

Секция 2. Социально-политические аспекты коммуникации

УДК 659

Роль средств массовой информации в современном обществе

Акинина М.В., старший преподаватель

ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ», Гуманитарно-прикладной институт

Аннотация. В данной статье автор рассматривает проблему современных средств массовой информации и ее влияние на жизнь общества. Анализируются основные особенности процесса коммуникации и выделяются характерные черты его развития.

Ключевые слова: средства массовой информации, коммуникация, общество, технические средства, современные технологии

The Role of Mass Media in Modern Society

Akinina M.V., senior lecturer

National University of Science and Technology "MPEI", Humanitarian and Applied Institute

Abstract. In this article, the author examines the problem of modern mass media and its impact on society. The main features of the communication process are analyzed, and the characteristics of its development are highlighted.

Keywords: massmedia, communications, society, technical means, modern technologies

Современные средства массовой информации играют различные роли не только в обществах, отличающихся уровнем развития, но и в обществах с различными политическими режимами, а также уровнем развития в нем демократии, грамотностью населения, развитием науки, техники и технической оснащенностью.

Современное общество можно сейчас назвать информационным, в котором знания и информация постоянно умножаются в информационном пространстве. Специфика СМИ как канал передачи информации играет важную роль благодаря техническим средствам переноса данных в массовой коммуникации. Именно окружение современного человека техническими средствами, такими как, печать, интернет, телевидение определяют главные качества массовой коммуникации в сравнении с межличностными контактами. Именно технические инструменты СМИ предоставляют каждому из нас возможность передать большие объемы данных. Реализацию данного процесса невозможно представить без организации и управления работы средств массовой коммуникации. Для осуществления этой деятельности в нашей стране созданы учреждения, в состав которых входят, например редакции газет, журналов, каналов радио и телевидения. Поэтому можно утверждать, что массовая коммуникация в современном обществе имеет сформированный и институциональный характер [2].

Характерной особенностью процесса коммуникации является обратная связь. Эта связь важна так как во время опосредованности техническими средствами в ее процессе отсутствует личная связь коммуникатора и аудитории. Иногда технические средства лишают коммуникатора возможности прямого контакта с аудиторией, иногда ему приходится мысленно представлять свою аудиторию, с которой он общается.

Нам известно, что на современном этапе развития информационного общества выделяется несколько характерных черт:

- информационные технологии и знания набирают все большую значимость в жизни общества;
- увеличение количества людей, занимающихся информационными технологиями и коммуникациями, производством продукции для информационной деятельности;
- рост информатизации общества с применением технических средств;
- создание глобального информационного пространства и обеспечение доступа к мировым информационным ресурсам;

- развитие информационной экономики, электронного государства и правительства, цифровых рынков, электронных и социальных сетей [1].

Учитывая глубину и размах технологических и социальных последствий компьютеризации и информатизации в различных сферах общественной жизни и экономической деятельности современного человека, их часто называют компьютерной или информационной революцией.

Благодаря новшествам в нашей жизни аудитория активной приобщается к процессу производства, доставки и потребления информации и знаний. Тем самым приобретаются технические способы выбирать интересующую информацию в текстовой, звуковой, визуальной или мультимедийной форме. Современный человек быстро реагирует на новую информацию и включается в маркетинговые коммуникации в процессе информационного потребления [3].

Аудитория в массовой коммуникации содержит в себе огромное количество групп или отдельных реципиентов. Именно это и отличает массовую коммуникацию от межличностного контакта с окружением. Это определяет ее стихийный характер, из чего вытекает, что она не имеет определенных границ и имеет большое разнообразие социального состава людей – ведь аудитория чаще всего анонимна для коммуникатора! Хотя нам известны отдельные характеристики активной аудитории: избирательность, ориентация на практичность, духовная преднамеренность, эмоциональная увлеченность, самоконтроль и устойчивость к нежелательным воздействиям [4].

Сейчас современный человек уделяет особое внимание силе финансового воздействия социума. Это заставляет СМИ повышать рейтинги и популярность и увеличивать количество изданий. В нашем обществе существуют не только изменения производственного характера, но и весь уклад человеческой жизни в целом подвергается изменениям и росту системы ценностей.

Кроме всех положительных аспектов СМИ нам известны и опасные тенденции:

- средства массовой информации оказывают все большее влияние на все сферы жизни современного общества;
- возможность влияния на частную жизнь отдельных людей или организаций при помощи информационных технологий;
- наличие проблем в подборе достоверных и качественных фактов;
- существование риска в образовании «пропасти» между потребителями и разработчиками информационных технологий;

- наличие трудностей адаптивного процесса к среде информационного общества.

В итоге вышесказанного можно полагать, что средства массовой информации-особый социальный институт, который играет важную роль в жизни и деятельности общества и каждой личности в отдельности.

Современный человек и СМИ – неразделимы! Оба компонента играют совместно важную роль во всех аспектах жизнедеятельности общества. Они не стоят на месте, а постоянно совершенствуются и изменяются. Это позволяет им удовлетворять растущие потребности и интересы различных аудиторий.

Средства коммуникации выступают основой распространения знаний, опыта, религии, ценностей культуры и искусства. Она способна формировать новые способы социального взаимодействия между людьми и обществом в целом! Сейчас мы уже не сомневаемся, что благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий появился Интернет как средство связи между людьми, сосредоточенными по территориям, языку и месту в социальной иерархии. Новое коммуникативное пространство Сети делает людей более свободными, равноценными и полноправными. Люди становятся доступнее друг другу, несмотря на разъединяющие их различия и расстояния.

Библиографический список

1. Зосименко И.А. Социология массовых коммуникаций: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности «Реклама и связи с общественностью» / Министерство образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Ульяновский государственный технический университет». – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 357 с.

2. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. – М.: Либроком, 2016. – 233 с.

3. Назаров М.М. Коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования. - М.: Ленанд, 2022. – 378 с.

4. Федотова Л.Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 661 с.

УДК 316.4:37

«Они не знают, что мы знаем, что они не знают».

Как зарабатывают на узнаваемости образовательной организации?

Бобылева Н.И., канд. биол. наук, доцент

Центр непрерывного повышения профессионального мастерства педагогических работников ГАУ ДПО ЯО «Институт развития образования», Ярославль

Бобылев Д.В., студент

Международная Академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)

Аннотация. Узнаваемость образовательной организации – относительно новое понятие, которое рассматривается как часть бренда. Принято считать, что высокий уровень узнаваемости позитивно влияет на имидж образовательной организации и способствует привлечению целевой аудитории. Однако авторы статьи указывают на проблемы, связанные с высокой узнаваемостью организации, такие как ограниченность роста, легкое распространение негативной информации, повышенные риски сбоев в работе организации. По результатам проведенного исследования узнаваемости одной из образовательных организаций авторы делают вывод о слабой связи между активностью и представленностью организации и ее узнаваемостью; дают рекомендации по повышению узнаваемости и совершенствованию бренда.

Ключевые слова: образовательная организация, бренд, брендинг, узнаваемость, коммуникационный аудит, интернет

**"They don't know that we know that they don't know."
How do you make money from the recognition of an educational
institution?**

Bobyleva N.I., candidate of biology Sciences, associate Professor
Educational Development Institute, Yaroslavl

Bobylev D.V., student

International Academy of Business and New Technologies (MUBiNT)

Abstract. The recognition of an educational organization is a relatively new concept that is considered to be a part of a brand. It is generally accepted that a high level of recognition has a positive impact on the image of an educational organization and helps to attract a target audience. However, the authors of the article point out the problems associated with high recognition of an organization, such as limited growth, easy spread of negative information, and increased risks of disruptions in the organization's operations. Based on the results of a study on the recognition of an educational organization, the authors conclude that there is a weak correlation between the organization's activity

and presence and its recognition and provide recommendations for improving recognition and enhancing the brand.

Keywords: educational organization, brand, branding, recognition, communication audit, internet

Стремительное развитие цифровых инструментов и программных сред делает все более значимой представленность образовательных организаций в виртуальной среде. Исследователей и практиков в сфере образовательного менеджмента активно волнуют вопросы управления имиджем образовательных организаций и продвижения интересов организации на рынке образовательных услуг с помощью цифровых инструментов. Казалось бы, цифровой маркетинг бизнес-организаций — это уже хорошо разработанный вопрос, и сегодня вполне допустимо переносить современные концептуальные подходы с бизнес-ориентированных организаций на образовательные, но на практике все оказывается не так просто.

Причины кроются в различных механизмах функционирования организованных форм производства и услуг. Образовательные организации, как государственные, так и частные, более ограничены в финансовых средствах и формах деятельности, и в целом более консервативны в своих действиях. Но у образовательных организаций есть и несомненные преимущества — это плановый характер деятельности, мощное организационное сопровождение, стабильность целевой аудитории. Эти особенности не только затрудняют продвижение образовательных организаций, но одновременно являются мощным ресурсом их «красивого» присутствия в виртуальной среде. При этом одной из стратегических задач развития образовательной организации является формирование позитивного имиджа и, в том числе, повышение уровня ее узнаваемости. Действительно, все усилия по повышению эффективности деятельности образовательной организации становятся ничтожными, если про ее существование никто не знает.

Узнаваемость образовательной организации — относительно новое понятие, которое пришло в теорию российского образовательного менеджмента как часть имиджа (например, Полякова Л.В., 2008 [5]) и претерпело заметную эволюцию от более общего понятия «брендинг» (продвижение, пиар) до уже более частных по смыслу русскоязычных вариантов, таких как «известность», «популярность», и, наконец, «узнаваемость».

Роль узнаваемости оценивается исследователями чрезвычайно высоко: это и конкурентное преимущество (Леонтьев Е.Д., 2017 [3]), и условие лояльности к образовательной организации (Капустина Л.М. и др., 2021, [2]), и ключевая стратегия организации для привлечения новых учеников (Юсупова А.Р., 2024 [7]). Перечисленные выше авторы рассматривают узнаваемость как сугубо позитивный процесс, что не обеспечивает диалектичность нового научного знания.

Заметим, что бренд-менеджеры рассматривают образование как «невспаханное поле для бизнеса», одновременно критикуя «государственный брендинг» за косность и отсталость. В сети можно встретить рекомендации откровенно популистского характера: «В сфере образования вариантов для заработка много, конкуренция минимальна, а гособразование не удовлетворяет потребности в качественных услугах. Мы собрали для вас трендовые направления бизнеса для старта в образовательной сфере, приводим ссылки на готовые руководства по их открытию».

К трендовым направлениям анонимные специалисты относят детские развивающие центры, студии детского творчества, тренинговые центры, клубы раннего развития, курсы китайского языка, языковые школы, курсы криптографии, парикмахерские и маникюрные курсы, курсы выживания, психологические игры, детские сады на дому, курсы граффити, уроки финансовой грамотности, проведение пешеходных экскурсий, курсы скорочтения, курсы подготовки к ЕГЭ, студии рисования песком, курсы сомелье, автошколы, тренинги в горах, курсы актерского мастерства, кулинарные школы и курсы интимного мастерства. Мы видим, что в данном живописном списке образование отвечает критерию «быстро, очень быстро обучим чему-нибудь сложному, а если вы не сможете научиться, то это уже не наши проблемы» и не выходит за рамки дополнительного образования. Это статистическое наблюдение прекрасно иллюстрируется известной фразой: «Дураков не нужно учить, они необучаемы. Но дураки платежеспособны. В этом суть тренингов». В ракурсе рассматриваемой проблемы следует признать, что суть заработка на перечисленных видах образовательной деятельности состоит в их узнаваемости.

Молчанов Н.Н., Головнев Д.С. в своей фундаментальной работе «Закономерности развития брендинга в Российской Федерации» (Молчанов Н.Н., Головнев Д.С., 2016 [4]) приходят к выводу, что от организации, ориентированной на потребителей, родившихся в 2000-х, требуются совершенно новые потребительские качества товаров и услуг:

«...многообразие, сотрудничество, искренность, оригинальность, качество. И это потребует от брендов существенной перестройки, чтобы быть привлекательными для новой аудитории». Авторы говорят о тренде «на патриотизм» и импортозамещение, о кризисе доверия и необходимости развития средств коммуникаций. В связи с этим применительно к узнаваемости образовательной организации можно говорить следующих концептуальных подходах:

- чтобы стать узнаваемой, образовательная организация должна быть представлена в разных средах, как традиционной, так и виртуальной, иными словами – активная группа образовательной организации в социальной сети «ВКонтакте» не отменяет потребность в бумажных буклетах; выход популярных подкастов не заменяет доброй народной славы и родительского одобрения выбора, который могли бы сделать потенциальные ученики;

- чтобы оставаться востребованной и узнаваемой, образовательная организация должна предлагать уникальные, оригинальные продукты или постоянно обновлять ассортимент предложений, иными словами, важно не только открытие новых, модных специальностей, но и закрытие теряющих популярность; предложение новых форматов обучения (например, концепции «назад к очному/практическому обучению»), введение образовательных платформ, создание/восстановление института кураторов и т.п.;

- чтобы оставаться узнаваемой, образовательная организация должна придерживаться стратегии сотрудничества с другими образовательными организациями, возможно, конкурирующими и недружественными.

Рассуждая о многообразии, сотрудничестве, искренности, оригинальности, качестве как принципах повышения узнаваемости образовательной организации, необходимо подчеркнуть исключительный приоритет качества. Продвинутой, благополучной, узнаваемой образовательная организация может предложить своим обучающимся все самое лучшее: территориальную доступность, неоновую вывеску, светлые уютные помещения, доступ к лучшим библиотекам, онлайн платформу, целую команду кураторов, гардероб, буфет, музей...но если при всем этом ресурсном благополучии в образовательной организации не будет Преподавателя (Учителя), который привнесет содержание в образовательную деятельность, то т.н. негативная узнаваемость образовательной организации неизбежно приведет к оттоку целевой аудитории.

Технология развития бренда хорошо проработана и описана в специальных источниках для бизнес-организаций (например, на сайте компании «Лаборатория брендов» [1]). Основным инструментом для измерения узнаваемости образовательной организации является опрос, в основу которого положено измерение осведомленности и/или ассоциативного ряда. В результате специалисты по брендингу могут отнести организацию по узнаваемости бренда к одной из четырех групп: неизвестный бренд, бренд, узнаваемый с подсказкой, бренд, узнаваемый без подсказки, и первый называемый бренд («Top of mind»).

Управление брендами включает оценку узнаваемости, постановку целей, уточнение запроса, разработку кампании по повышению узнаваемости, составление программы по формированию лояльности, формирование бюджета и расчет ожидаемой эффективности.

Одновременно специалистами по брендингу даются следующие рекомендации:

- не стремиться к 100% узнаваемости как к экономически невыгодной стратегии;
- понимать, что высокий уровень узнаваемости не гарантирует высоких продаж;
- помнить, что высокий уровень узнаваемости организации приводит к высоким рискам.

Ярославские исследователи говорят о необходимости разработки и реализации комплексного информационно-коммуникационного аудита сетевого «присутствия» современных образовательных организаций в т.ч. для решения задачи повышения их узнаваемости (Степанов В.Н., Иванов С.В., 2022 [6]).

В связи с очевидным запросом на перенос бизнес-стратегий на деятельность государственных и частных образовательных организаций нами было проведено небольшое исследование с целью примерной оценки узнаваемости одной из образовательных организаций Ярославской области. В качестве предмета оценки с целью схематизации и упрощения задачи был выбран такой вариант узнаваемости как расшифровка аббревиатуры организации. В опросе приняло участие 44 респондента. Пол, возраст, место проживания респондентов не оценивалось/не изучалось.

Ярославский Институт развития образования (ГАУ ДПО ЯО ИРО, далее – ИРО) – организация дополнительного профессионального образования, предоставляющая образовательные услуги повышения квалификации для педагогов Ярославской области. Людям старшего

возраста организация более известна как институт повышения квалификации для учителей. В октябре 2025 года Институт отмечает 85 лет со дня основания. Организация расположена в центре Ярославля и находится в одном здании с областной телекомпанией «Ярославия».

В связи со специфичностью деятельности исследуемой образовательной организации аннотация опроса содержала следующую фразу-пояснение: «Образовательная организация — это детский сад, школа, колледж, университет, институт повышения квалификации для учителей», поэтому представленные ниже результаты оценки узнаваемости можно отнести к категории «бренды, узнаваемые с подсказкой» и ниже.

По отношению к образовательным организациям респонденты самостоятельно относили себя к одной из трех групп: «учусь» (18 чел.), «работаю» (10 чел.) или «не имею отношения к образовательным организациям» (16 чел.).

Респондентам было предложено три содержательных вопроса:

- Как расшифровывается название одной из образовательных организаций - "ИРО"?»;

- знакомы ли тебе/вам публичные страницы и группы ИРО;

- комментарии.

Были получены следующие результаты (табл. 1, 2).

Как очевидно из данных, представленных в таблице 1, только один из четырех респондентов оказался знаком с публичными страницами и группами Института (77%); в сравнении с работающими респондентами (20%) и респондентами, не имеющими отношения к сфере образования (19%); чуть более осведомлены оказались школьники и студенты (28%).

Таблица 1. Осведомленность о публичных страницах и группах ярославского Института развития образования

Респонденты	Публичные страницы и группы ИРО знакомы респонденту (чел., %%)		Всего Чел.
	Да	Нет	
Учащиеся	5 (28%)	13 (72%)	18
Работающие	2 (0,20%)	8 (75%)	10
Не имеющие отношения	3 (19%)	13 (81%)	16
Всего	10	34	44

Просьба расшифровать официальную аббревиатуру «ИРО» вызвала у респондентов понятное замешательство. Успешнее других расшифровывали аббревиатуру работающие респонденты, что, возможно,

объясняется их более старшим возрастом или опытом работы в сфере образования.

Многие респонденты расшифровывали аббревиатуру частично: «Какой-то институт» и «что-то про образование». Слово «развитие» вызвало наибольшие затруднения и было пропущено в 100% неверных формулировок.

Восемь из десяти работающих респондентов успешно расшифровывали сокращенное название организации. Интересен характер неудачи в двух оставшихся позициях. Один работающий респондент оставил поле незаполненным, другой – указал место своей работы, то есть оба неуспешно выполнивших задание респондента не поняли вопроса.

Влияние возраста на ситуативные ассоциации с буквами «И», «Р», «О», оказалось очень заметным, среди которых можно отметить города, названия музыкальных стилей, компьютерных игр, популярных слов, таких как «обучение», «инновация», «иностраный», «интеллектуальный».

Таблица 2. Узнаваемость образовательной организации на примере расшифровки официальной аббревиатуры

Респонденты	Расшифровки аббревиатуры		Всего
	Верное	Примеры неверных расшифровок	
Учащиеся	5(28%)	13(72%) Институт рабочих организаций, Ивановское развивающее общество, Иркутское Рабочее Обучение. Игра Робокс Онлайн	18
Работающие	8(75%)	2 (20%) Ярославский автомеханический колледж	10
Не имеющие отношения	8(50%)	8 (50%) Институт Русского образования, Институт районного образования, Интеллектуальное робототехническое общество, инновационный робот официант, иностранные рэп организации	16
Всего	21	23	44

Данная выборка не может считаться репрезентативной, однако дает общее представление о проблеме узнаваемости исследуемой образовательной организации. Бренд Института развития образования можно к неизвестным брендам или узнаваемым с подсказкой, несмотря на длительную историю, расположение в центре города, активную деятельность в сфере образования, представленность в социальных сетях и широкую целевую аудиторию. Обнадеживают комментарии респондентов о том, что «посмотрел в Интернете», «захотелось узнать» и «даже стало интересно». Исходя из этого, можно предположить, что ближайшей задачей развития бренда института мог бы стать выход за пределы целевой аудитории, например, с целью формирования зоны социального партнерства или привлечения дополнительных ресурсов.

Библиографический список

1. Как обеспечить повышение узнаваемости бренда для увеличения продаж. URL: <https://t-laboratory.ru>.
2. Конкурентные позиции университетов на региональном рынке услуг высшего образования / Л.М. Капустина, Н.Б. Изакова, О.А. Гайтерова, А.Н. Носырева // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2021. Т. 83, № 4(90). С. 351–359.
3. Леонтьев Е.Д. Оценка альтернативного инструмента маркетинга образовательных услуг // Современный менеджмент в образовании: Сборник научных статей, Чебоксары, 15 марта 2017 года / Отв. редакторы И.В. Кожанов, Е.А. Ильина. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2017. С. 53–58.
4. Молчанов Н.Н. Закономерности развития брендинга в Российской Федерации / Н.Н. Молчанов, Д.С. Головнев // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2016. № 1. С. 80–105.
5. Полякова Л.В. Брендинг образовательных услуг. Разработка системы корпоративной идентификации в сфере деловых образовательных услуг // Российское предпринимательство. 2008. № 12–2. С. 103–106.
6. Степанов В.Н. Коммуникационный аудит «присутствия» (веб-презентс) образовательной организации в интернете / В.Н. Степанов, С.В. Иванов // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 2. С. 342–354.
7. Юсупова А.Р. Роль контент-маркетинга в социальных сетях в повышении узнаваемости образовательной организации // Сборник научных статей бакалавров и магистрантов направления "Реклама и связи с общественностью" Московского Политеха: Сборник статей 2023–2024 годов. СПб: Издательство "Наукоемкие технологии", 2024. С. 132–135.

УДК 316.3+316.4

Социальные формы организации ислама в инокультурных регионах: конкуренция этнических общин и религиозных институтов

Горюнов А.П., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

*Аспирант, Российский государственный университет социальных
технологий*

Аннотация. Статья посвящена социологическому анализу конкуренции между этническими и религиозными формами организации мусульманских общин в инокультурных регионах России. На основе синтеза теорий социальной стратификации П. Сорокина, типологии религиозных объединений, системной теории Н. Лумана и структурного функционализма Т. Парсонса выявляются ключевые механизмы конкуренции: борьба за ресурсы, функциональное дублирование и конфликт идентичностей. Предложена типология организационных конфигураций (этническая доминанта, религиозная доминанта, институциональное разделение, институциональный синтез). Показано, что конкуренция отражает напряжение между партикуляризмом этнической принадлежности и универсализмом религиозной доктрины в условиях миграции и функциональной дифференциации современного общества.

Ключевые слова: социальные формы организации ислама, этнические общины, религиозные институты, конкуренция, инокультурные регионы, социальная стратификация, типология религиозных объединений, функциональная дифференциация, институционализация ислама, умма, ислам

Social forms of Organization of Islam in non-cultural regions: the competition of ethnic communities and religious institutions

Goryunov A.P., *senior lecturer*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Postgraduate Student, Russian State University of Social Technologies

Annotation. The article is devoted to the sociological analysis of the competition between ethnic and religious forms of organization of Muslim communities in the non-cultural regions of Russia. Based on the synthesis of P. Sorokin's theories of social stratification, the typology of religious associations, N. Luhmann's systemic theory, and T. Parsons' structural functionalism, the key mechanisms of competition are identified: the struggle for resources, functional duplication, and identity conflict. A typology of organizational configurations is proposed (ethnic dominant, religious dominant, institutional separation, institutional synthesis). It is shown that competition reflects the tension between particularism of ethnicity and universalism of religious

doctrine in the context of migration and functional differentiation of modern society.

Keywords: social forms of organization of Islam, ethnic communities, religious institutions, competition, foreign cultural regions, social stratification, typology of religious associations, functional differentiation, institutionalization of Islam, Ummah, Islam

В современных российских регионах, где мусульмане составляют религиозное меньшинство, формируется уникальная ситуация институционального плюрализма. Мигранты и представители исторически проживающих мусульманских общностей сталкиваются с выбором между различными формами коллективной самоорганизации. С одной стороны, они могут интегрироваться в религиозные организации – мечети, религиозные объединения, духовные управления. С другой стороны, им доступны этнические структуры – национально-культурные автономии, землячества, диаспоральные ассоциации. Эти институциональные формы конкурируют за членство, ресурсы, социальное влияние и право представлять интересы мусульманского населения перед региональными властями.

Данная проблема обладает высокой теоретической и практической значимостью. В условиях инокультурного окружения религиозная идентичность потенциально усиливается, становясь маркером культурного отличия и механизмом групповой солидарности. Однако одновременно этническая принадлежность также актуализируется в ситуации миграции и адаптации. Возникает феномен институциональной конкуренции, когда религиозные и этнические формы организации предлагают альтернативные модели включения индивида в социальную систему региона.

Цель статьи: выявить социологические механизмы конкуренции между этническими и религиозными формами организации мусульманских общин в инокультурных регионах России, опираясь на классические теории социальной стратификации, системный подход и типологию религиозных объединений.

Анализ социальных форм организации ислама требует синтеза нескольких теоретических перспектив. Первой опорой выступает концепция социальной стратификации и мобильности П. Сорокина, который рассматривал религиозные институты как один из ключевых каналов социальной циркуляции. Согласно Сорокину, «социальная стратификация означает дифференциацию некой данной совокупности

людей на иерархически соподчиненные классы» [1, с. 9]. При этом церковь, наряду с армией, школой и профессиональными организациями, функционирует как «социальный лифт», обеспечивающий вертикальную мобильность [1, с. 148–166]. В инокультурных регионах религиозные организации могут предоставлять мигрантам и этническим меньшинствам альтернативные траектории социального продвижения, компенсирующие ограниченный доступ к институциональным ресурсам принимающего общества.

Однако П. Сорокин также указывал на значение горизонтальной мобильности, т.е. перемещения индивидов без изменения социального статуса, включая миграцию и смену религиозной или государственной принадлежности [1, с. 119–120]. Этнические общины выполняют функцию адаптационных структур, облегчающих горизонтальную интеграцию мигрантов через сохранение культурных связей с местами исхода. Таким образом, религиозные и этнические институты предлагают различные векторы социальной мобильности, вертикальный (через религиозную иерархию и участие в межконфессиональном пространстве региона) и горизонтальный (через этническую сеть и диаспоральную экономику).

Второй теоретической опорой служит классическая типология религиозных объединений (церковь-секта-деноминация), развитая в социологии религии начиная с М. Вебера и Э. Трельча. Ключевым критерием разграничения выступает степень институционализации, характер отношений с окружающей социальной средой и тип членства. Церковь характеризуется универсальностью, инклюзивностью и интеграцией в социальный порядок; секте характерны эксклюзивность, напряжение с обществом и добровольное членство; деноминация занимает промежуточное положение, сочетая организационную стабильность с относительной автономией от государства.

Применение, с определенными ограничениями и допущениями, данной типологии к исламским организациям в инокультурных регионах позволяет увидеть внутреннее разнообразие форм. Официально зарегистрированные мечети и духовные управления тяготеют к «церковному» полюсу, стремясь к легитимации через взаимодействие с властью и включению в межконфессиональный диалог. Неформальные религиозные группы, практикующие ислам вне институциональных рамок, приближаются к «сектантскому» полюсу, акцентируя идентичность границ и внутригрупповую солидарность. [3, с. 105–108, 112–115].

Третьей теоретической перспективой выступает системная теория Н. Лумана, которая рассматривает общество как функционально дифференцированную систему коммуникаций. По Луману, детерминирующим «оказывается порождение дифференции системы и окружающего мира» [4, с. 69]. Функциональная дифференциация современного общества на автономные подсистемы (экономика, политика, право, религия) создает проблему «включения/исключения» индивидов и социальных групп [4, с. 173–175; 5, с. 68–69]. В инокультурных регионах мусульмане сталкиваются с риском исключения из функциональных систем принимающего общества, ограниченным доступом к рынку труда, политическому участию, юридической защите. Религиозные организации и этнические общины функционируют как компенсаторные механизмы, создавая альтернативные «зоны включения».

Н. Луман также подчеркивал значение самореференции и оперативной замкнутости социальных систем. Религиозная система, обладая собственным аутопойезисом, воспроизводит себя через религиозную коммуникацию, используя код «имманентное/трансцендентное» [4, с. 94–104, 435]; этническая система через этническую коммуникацию с кодом «свой/ чужой»; 5, с. 94–103]. Конкуренция между религиозными и этническими формами организации отражает конкуренцию этих коммуникативных кодов за определение идентичности индивида.

Четвертая теоретическая перспектива связана с концепцией институционализации Т. Парсонса. Согласно Парсонсу, социальная система как «способ организации элементов действия с точки зрения устойчивости упорядоченного изменения моделей взаимодействия множества индивидуальных акторов» [6, с. 96] предполагает структурирование ролей, норм и ценностей [6, с. 734–738]. Институционализация обеспечивает стабильность социального порядка через интернализацию культурных образцов. В контексте мусульманских общин этнические и религиозные институты предлагают различные нормативные образцы: этническая община воспроизводит традиционные культурные паттерны страны происхождения, религиозная организация универсалистские исламские нормы, претендующие на надэтнический характер. Конкуренция между ними отражает противоречие между партикуляризмом этнической принадлежности и универсализмом религиозной доктрины.

Конкуренция между этническими и религиозными формами организации мусульманских общин разворачивается в трех измерениях: борьба за ресурсы, функциональное дублирование и конфликт идентичностей.

Борьба за ресурсы. Религиозные и этнические организации конкурируют за одни и те же ресурсы: финансовые взносы членов, волонтерский труд активистов, помещения для собраний, медийное внимание, гранты и субсидии от региональных властей. В условиях ограниченности этих ресурсов успех одной организационной формы означает относительное ослабление другой. Этнические землячества могут мобилизовать финансовую поддержку на строительство культурного центра, отвлекая средства от строительства мечети. И наоборот, религиозная организация, получившая (непосредственно или через скрытую аффилированную структуру) значительное финансирование на социальные проекты, усиливает свое влияние за счет этнических структур.

Важным ресурсом выступает легитимность в глазах принимающего общества и властей. В постсоветской России этнические организации часто воспринимаются как менее проблематичные, поскольку апеллируют к мультикультурализму и сохранению культурного наследия. Религиозные организации, особенно исламские, сталкиваются с недоверием, связанным с секьюритизацией ислама в публичном дискурсе. Это создает асимметрию в доступе к институциональным ресурсам: этнические НКО легче получают статус «социально ориентированных» и доступ к грантам, тогда как религиозные организации подвергаются более жесткому контролю и ограничениям.

Функциональное дублирование. И религиозные, и этнические организации выполняют схожие социальные функции для своих членов: предоставление информационной, материальной и психологической поддержки; организация культурных мероприятий и праздников; содействие в поиске работы и жилья; разрешение внутригрупповых конфликтов; представительство интересов перед властью. Это функциональное дублирование создает ситуацию институционального избытка, когда индивид может удовлетворить свои потребности через альтернативные каналы.

Применяя схему функциональных императивов Т. Парсонса (AGIL), можно увидеть, что обе формы организации решают задачи адаптации (помощь в трудоустройстве, экономическая взаимопомощь), целедостижения (лоббирование интересов, защита от дискриминации),

интеграции (поддержание групповой солидарности, организация праздников) и латентного поддержания образца (передача культурных и религиозных ценностей молодому поколению) [6, с. 198–239]. Однако акценты различны: этнические организации в большей степени ориентированы на адаптацию и целедостижение в светском пространстве, религиозные – на интеграцию и воспроизводство ценностного образца.

Конфликт идентичностей. Наиболее глубокий уровень конкуренции связан с определением коллективной идентичности. Этнические организации конструируют идентичность на основе общности происхождения, языка, культурных традиций. Религиозные организации апеллируют к универсальной умме, объединяющей мусульман независимо от этнической принадлежности. Эти две модели идентичности находятся в состоянии напряжения, поскольку предполагают различные принципы включения/исключения и различные основания солидарности.

Обращаясь к концепции социального конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана, можно рассмотреть процесс институционализации идентичности через экстернализацию, объективацию и интернализацию. Этническая идентичность объективируется в национальных праздниках, кухне, фольклоре, создавая «символический универсум» этнической принадлежности [7, с. 158–172]. Религиозная идентичность объективируется в ритуалах, религиозном образовании, паломничествах, создавая альтернативный символический универсум исламской принадлежности. Индивид, социализирующийся в инокультурном регионе, интернализирует оба символических универсума, что может создавать когнитивный диссонанс и требовать выбора доминирующей идентичности.

На основе анализа конкуренции можно выделить четыре основные организационные конфигурации, возникающие в инокультурных регионах:

1. *Этническая доминанта.* Этнические организации монополизируют представительство мусульманского населения, а религиозные структуры слабы или отсутствуют. Характерно для регионов с малочисленным мусульманским населением, представленным преимущественно трудовыми мигрантами одной этнической группы. Мечети существуют как неформальные моленные комнаты при культурных центрах. Религиозная идентичность приватизирована и подчинена этнической.

2. *Религиозная доминанта.* Религиозные организации (официальные мечети, духовные управления) занимают центральное место, подчиня

или маргинализируя этнические структуры. Характерно для регионов с исторически сложившимся мусульманским присутствием, где ислам интегрирован в региональную идентичность. Религиозная элита обладает символическим капиталом и доступом к властным ресурсам. Этническая идентичность деактуализируется в пользу универсалистской исламской идентичности.

3. *Институциональное разделение.* Религиозные и этнические организации функционируют параллельно, обслуживая различные сегменты мусульманского населения. Например, общины внутрироссийских мигрантов ориентируются на национально-культурную автономию, тогда как выходцы из Центральной Азии интегрируются через мечеть. Конкуренция минимальна, поскольку институциональные ниши разделены.

4. *Институциональный синтез.* Создаются гибридные организации, совмещающие религиозные и этнические функции, например мечети с религиозно-социальными центрами, религиозные организации, объединяющие мусульман определенной этнической принадлежности. Эта модель отражает попытку преодолеть конкуренцию через институциональную интеграцию, создавая «этноконфессиональные» структуры.

Выбор конфигурации определяется структурными факторами: численностью и этническим составом мусульманского населения, наличием исторически укорененных религиозных институтов, политикой региональных властей в отношении религиозных и этнических организаций, степенью урбанизации и концентрации мусульман в городских центрах.

Конкуренция между этническими и религиозными формами организации мусульманских общин в инокультурных регионах России представляет собой многомерный социальный процесс, отражающий фундаментальные напряжения между партикуляризмом и универсализмом, между адаптацией к локальному контексту и сохранением транснациональных связей, между секуляризацией и ресакрализацией коллективной идентичности. Классические социологические теории: концепция социальной мобильности П. Сорокина, типология религиозных объединений, системная теория Н. Лумана и структурный функционализм Т. Парсонса, предоставляют эффективные аналитические инструменты для понимания этой конкуренции.

Выделенные механизмы конкуренции (борьба за ресурсы, функциональное дублирование и конфликт идентичностей) указывают на различные уровни институционального взаимодействия. Типология организационных конфигураций (этническая доминанта, религиозная доминанта, институциональное разделение, институциональный синтез) описывает возможные исходы этой конкуренции в различных региональных контекстах.

Практическая значимость исследования связана с необходимостью выработки обоснованной региональной политики в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений. Понимание механизмов конкуренции между институциональными формами позволяет избежать односторонней поддержки одного типа организаций в ущерб другому, создавая условия для продуктивного сосуществования и взаимодополняемости религиозных и этнических структур. Дальнейшие эмпирические исследования должны уточнить региональную специфику описанных процессов и выявить факторы, способствующие кооперации между этническими и религиозными организациями.

Библиографический список

1. Сорокин П.А. Социальная стратификация и мобильность; пер. с англ. – Москва: Academia; LVS, 2005. – 588 с.
2. Васильева Е.Н. Типология религиозных объединений: методология и современные тенденции // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2015. № 2 (28). С. 54–61.
3. Васильева Е.Н. Церковь и секта: развитие научных представлений. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2011. – 183 с.
4. Луман Н. Общество общества; пер. с нем. А. Антоновский. – М.: Логос, 2011. – 640 с.
5. Луман Н. Введение в системную теорию; пер. с нем. К. Тимофеевой. – М.: Логос, 2007. – 360 с.
6. Парсонс Т. О социальных системах; под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. – М.: Академический проект, 2002. – 832 с.
7. Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман; пер. Е. Руткевич. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.

Коммуникация как важный фактор формирования финансовой культуры

Ермоленко М.О., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Коммуникационные компании играют важную роль в процессе формирования финансовой культуры, выступая посредниками между финансовыми институтами и населением. Их деятельность обеспечивает трансляцию информации о финансовых продуктах и услугах, способствует формированию у граждан устойчивых знаний, навыков и установок, необходимых для рационального обращения с денежными средствами.

Ключевые слова: коммуникация, финансовая культура, финансовая грамотность

Communication as an important factor of formation financial culture

Ermolenko M.O., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. Communication companies play an important role in the process of forming a financial culture, acting as intermediaries between financial institutions and the public. Their activities ensure the transmission of information about financial products and services, and contribute to the formation of citizens' sustainable knowledge, skills and attitudes necessary for the rational management of funds.

Keywords: communication, financial culture, financial literacy

В настоящее время появляется множество новых финансовых продуктов и услуг, условия пользования которыми не всегда доступны и понятны гражданам. Это происходит из-за быстрой трансформации цифровой экономики и глобализации финансовых рынков. В связи с этим возникает необходимость в приобретении необходимых компетенций,

которые формируют финансовую культуру у граждан [2]. Финансовая культура влияет на поведенческие привычки, связанные с рациональным управлением личным бюджетом и инвестированием граждан, возможностью принятия быстрых и правильных решений в области финансов, умение грамотно реагировать на внешнее воздействие макроэкономической среды и минимизировать риски.

Низкий уровень финансовой культуры может привести к нерациональным тратам, высокому уровню закредитованности и финансовым потерям, что впоследствии оказывает влияние не только на качество жизни граждан, но и влечёт негативные последствия для государства. Именно поэтому с каждым днем возрастает роль коммуникационных кампаний, проводимых финансовыми организациями, которые являются связующим звеном между финансовым рынком и обществом. Коммуникационные кампании создают информационное пространство для трансляции информации о финансовых продуктах и услугах для всех слоёв населения.

Благодаря использованию современных коммуникационных технологий, образовательных программ и просветительских инициатив данные кампании способствуют выработке у граждан навыков ответственного финансового поведения и формированию устойчивой финансовой культуры. Одним из ключевых направлений таких компаний является просветительская работа, направленная на повышение уровня финансовой грамотности различных групп населения. Через образовательные проекты, информирующие мероприятия и цифровые сервисы пользователям предоставляется доступ к практическим знаниям по управлению личными финансами, планированию бюджета, использованию кредитных и инвестиционных инструментов, а также оценке и минимизации финансовых рисков.

Одной из ключевых функций коммуникационных компаний является информационно-просветительская деятельность. Благодаря использованию традиционных и цифровых каналов коммуникации они распространяют знания о принципах управления личными финансами, об основах кредитования, страхования, инвестирования и сбережений. Особое значение приобретают образовательные проекты, реализуемые в формате онлайн-курсов, интерактивных тренингов, социальных роликов и тематических публикаций в СМИ и социальных сетях. Положительным моментом коммуникационной кампании является разработка сайта «Финансовая культура», где каждая статья посвящена поведению и принципам реакции на ситуации с денежными средствами [3].

Вторая важная функция заключается в обеспечении прозрачности и доступности информации о финансовых продуктах. Коммуникационные компании способствуют адаптации сложных экономических и юридических понятий в форму, понятную массовому потребителю, что позволяет снизить риск принятия неэффективных или ошибочных финансовых решений. Простое и наглядное объяснение условий кредитов, депозитов или инвестиционных инструментов формирует доверие к финансовым организациям и укрепляет культуру ответственного поведения.

Не менее значимой является функция формирования финансового поведения. Используя современные технологии, коммуникационные компании внедряют элементы геймификации, системы мотивации и персонализированные рекомендации, которые побуждают аудиторию к регулярным сбережениям, отказу от избыточного потребления и осознанному инвестированию. Важным инструментом в этом процессе становятся мобильные приложения, push-уведомления и онлайн-сервисы управления бюджетом.

Кроме того, коммуникационные кампании выполняют социальную миссию, принимая участие в государственных и общественных инициативах по повышению уровня финансовой культуры [1]. Они сотрудничают с образовательными учреждениями, разрабатывают специальные программы для школьников и студентов, поддерживают проекты по обучению малообеспеченных групп населения.

Таким образом, коммуникационные кампании выполняют не только функцию информирования, но и активно участвуют в формировании ценностных ориентиров и поведенческих практик, составляющих основу финансовой культуры общества. Их деятельность позволяет интегрировать знания и навыки в повседневную жизнь граждан, делая ответственное финансовое поведение привычной нормой.

Библиографический список

1. Распоряжение Правительства РФ от 24.10.2023 № 2958-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирование финансовой культуры до 2030 года».
2. Факторы ускорения роста региональной экономики в условиях современных вызовов: коллективная монография / Под ред. Е.Г. Патрушевой и А.В. Райхлиной. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗПРЕСС», 2024. 192 с.
3. Официальный сайт Финансовая культура URL: <https://fincult.info/>.

Клиповое мышление как специфическая форма обработки информации в эпоху цифровизации

Калинкина И.В., канд. психол. наук, доцент

Ярославский государственный педагогический университет

им. К.Д. Ушинского

Аннотация. В современной науке становятся все более обсуждаемыми такие виды мышления, которые предполагают использование нетрадиционных методов мыслительной деятельности для решения сложных задач. Самым обсуждаемым в обществе и СМИ является клиповое мышление, которое воспринимается как специфическая форма мыслительной деятельности, соответствующая стремительной цифровизации современного общества. Клиповое мышление профилактирует перегрузку мозга, позволяет делать несколько дел сразу, молниеносно переключать внимание с одного объекта на другой, побуждает искать новую информацию, необходимую для развития интеллекта, но при этом проявляются неспособность анализировать большие объемы информации, рассеянность внимания, ухудшение памяти, потеря навыка критического мышления. Развитие всех этих типов мышления является важным условием успеха в современном мире.

Ключевые слова: клиповое мышление, мозаичность восприятия, уменьшение лексического запаса; повышенная внушаемость, потеря остроты сопереживания

Clip thinking as a specific form of information processing in the digital age

Kalinkina I.V., PhD(Psychology), Associate Professor

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. In modern science, such types of thinking are becoming more and more discussed, which involve the use of non-traditional methods of mental activity to solve complex problems. The most discussed in society and the media is clip thinking, which is perceived as a specific form of mental activity corresponding to the rapid digitalization of modern society. Clip-on

thinking prevents brain overload, allows you to do several things at once, quickly switch attention from one object to another, encourages you to search for new information necessary for the development of intelligence, but at the same time there is an inability to analyze large amounts of information, distraction, memory impairment, loss of critical thinking skills. The development of all these types of thinking is an important prerequisite for success in the modern world.

Keywords: clip thinking, mosaic perception, reduction of lexical stock; increased suggestibility, loss of empathy acuity

Главной функцией человеческого мышления является понимание многогранной и сложной реальности, ее интерпретация, анализ глубины и взаимосвязей различных процессов. Для работы с информацией в процессе мышления используются логические операции: анализ, синтез, абстрагирование, конкретизация, сравнение, классификация, обобщение, систематизация. Базовыми формами мышления являются понятия, суждения и умозаключения, используемые для решения различных задач. Традиционно выделяются различные виды мышления: предметно-действенное, наглядно-образное, словесно-логическое (понятийное), интуитивное и дискурсивное, репродуктивное и творческое и др. В современной науке приобретают актуальность и становятся все более обсуждаемыми такие виды мышления, которые предполагают использование нетрадиционных методов мыслительной деятельности, позволяющие решить сложные задачи. Рассматривая конвергентное и дивергентное мышление [5], ученые пришли к выводу, что они тесно связаны с креативностью как свойством личности. Креативное мышление помогает находить нестандартные решения и подходы к проблемам, которые не могут быть решены стандартными методами, генерирует новые идеи, совершает открытия, использует активность правого и левого полушарий головного мозга.

Эксперт по креативности, М. Микалко, утверждает, что использование только уже известных знаний не позволяет создавать что-то новое. Он считает, что секретом всех новых и увлекательных идей является концептуальное смешивание. Это процесс творческого мышления, во время которого две или более концепции смешиваются ради создания новой идеи. Такой подход к мышлению был характерен для многих гениев прошлого, которые не боялись нарушать правила и выходить за рамки принятого мышления. М. Микалко также считает, что общепринятые модели мышления, которые усваиваются в школе, могут

мешать придумывать что-то новое, но креативность может быть развита у каждого человека [8].

В современной психологии обсуждается также коммуникативный тип мышления, позволяющий эффективно общаться с окружающими, влиять, убеждать, находить компромиссы. Коммуникативный тип мышления важен для людей, которые работают в различных социальных группах, занимаются продажами, PR или публичными выступлениями. Г. Гарднер утверждает, что умение эффективно общаться и убедительно выражать свои мысли и идеи становится все более важным в мире, где коммуникации играют ключевую роль в различных сферах деятельности. Он считает, что развитие всех этих типов мышления является важным условием успеха в современном мире [2].

К одному из видов творческого мышления можно отнести визуальное мышление. Оно помогает структурировать информацию, составлять идеальные планы и маршруты поездок, решать проблемы, связанные с организацией проектов и событий, использовать для образного объяснения новых идей. Главной особенностью визуального мышления является его воздействие на наглядное и образное восприятие. Известной формой визуального мышления являются интеллект-карты или ментальные карты, разработанные британским психологом Тони Быузеном. Использование ментальных карт позволяет успешно запоминать большое количество информации, генерировать различные варианты решения проблем и видеть ключевые идеи в потоках информации. Эффективность такой методики заключается в использовании не столько линейного мышления, сколько образного. Быузен называет такой способ генерации идей радиальным мышлением, основанным на использовании ассоциативной логики, фокусировании на деталях и видении перспективы. Интеллект-карта имеет древообразную структуру и предусматривает поэтапное развитие иерархии важности информации. Описание использования ментальных карт представлено в его работах «Как можно использовать ментальные карты» и «Карты памяти» [1].

Комбинирование творческого и аналитического мышления создало дизайн-мышление, которое основывается на структурировании информации и анализе перспективных вариантов решения проблем. Процесс дизайн-мышления включает несколько этапов. Сначала четко определяется проблема, изучаются мнения других людей. Затем исследуются характерные закономерности и особенности проблем. Далее формируются идеи и принципы решения проблемы и создается черновик

– первый вариант решения проблемы. После этого необходимо оценить результаты и усовершенствовать план решения проблемы, дополнить его новыми методами. Главными инструментами дизайн-мышления являются логика, воображение и интуиция. Этот подход позволяет правильно осознать и расставить приоритеты, переосмыслить некоторые убеждения, которые могут мешать достижению желаемого [4].

Новый смысл начинает приобретать системное мышление, которое помогает воспринимать взаимосвязи между объектами и событиями, анализировать текст, контекст, подтекст, выявлять корреляции и причинно-следственные связи. Системное мышление используется для эффективного решения проблем, которые требуют нестандартного подхода. Для успешного решения проблемы необходимо не только понять ее суть, но и узнать, какие факторы и явления привели к ее возникновению. Системное мышление развивается нелинейно и в нескольких направлениях одновременно, что делает его более надежным инструментом в поиске причин проблемы. Оно позволяет обнаруживать скрытые взаимосвязи между объектами и явлениями. Системное мышление – это мощный инструмент, который помогает увидеть алгоритмы взаимосвязей и структуру любого объекта или явления. Его использование требует определенных навыков и способности мыслить нестандартно. В целом, системное мышление является важным элементом в эффективном решении проблем, особенно в сложных ситуациях, когда требуется нестандартный подход [10].

Стратегическое мышление — это способность достигать желаемых результатов в будущем, когда мы строим планы и предполагаем, как достигнуть целей. Для этого необходимо причинно-следственное планирование и владение необходимыми техниками и инструментами мышления. Стратегически мыслящие люди умеют действовать таким образом, чтобы получить желаемый результат в будущем, даже если это маловероятно. Они мысленно просчитывают возможные варианты достижения цели и строят тактику, чтобы действовать эффективно [10]. Стратегическое мышление – это возможность просчитать несколько исходов событий и выбрать наиболее эффективный способ действий. Из-за множества возможных вариантов и при невысоком проценте осуществления каждого из них, стратегия считается искусством, а не строгим познавательным процессом. Стратегическое мышление помогает развивать память, концентрацию и многовекторный анализ любой ситуации в жизни, бизнесе или политике [10].

Самым обсуждаемым в обществе и СМИ является клиповое мышление – это вид мышления, при котором человек воспринимает информацию через короткие форматы и яркие образы, способен быстро переключаться с одной информации на другую из-за поверхностного погружения в её суть. Принято считать, что при клиповом мышлении мозг воспринимает информацию фрагментарно и небольшими порциями. Этому виду мышления (сознания) приписывают самые разные симптомы и свойства – рассеянность внимания и концентрации, неспособность строить логические связи, неумение воспринимать большие объёмы данных.

Один из первых дал определение клипового мышления в книге «Третья волна» американский социолог и футуролог Э. Тоффлер. Термин «клиповая культура» он понимает, как «принципиально новое явление, рассматривающееся в качестве составляющей общей информационной культуры будущего, основанной на бесконечном мелькании информационных отрезков и комфортной для людей соответствующего склада ума» [11]. Английское слово «clip» переводится, как отрезок чего-либо (стрижка, отрывок, фрагмент, газетная вырезка). Этимологический словарь современного русского языка А.К. Шапошникова объясняет «клип» как телевизионный ролик – эстрадная поп - или рок-песня, сопровождаемая разнообразными изображениями на экране.

Ф. Гиренок определил клиповое мышление как тип сознания, которому свойственны языковой минимализм, обращение не к опыту, а к воображению, и быстрота мыслительных процессов. С его точки зрения, клиповое мышление – это попытка найти ответ на возникший вопрос в очень короткое время. При этом скорость смены событий так велика, что извлечь смысл практически невозможно. В этой ситуации язык мешает быстрому мышлению, вследствие чего возникает языковой минимализм. Более того, людям приходится жить в режиме не извлечённых смыслов и непонятных событий. [3]. Автор называет клиповым «мышление, реагирующее только на удар».

Канадский философ Маршалл Маклюэн говорит: «...Общество, находясь на современном этапе развития, трансформируется в “электронное общество” или “глобальную деревню” и задает посредством электронных средств коммуникации многомерное восприятие мира. Развитие электронных средств коммуникации возвращает человеческое мышление к дотекстовой эпохе, и линейная последовательность знаков перестает быть базой культуры» [9].

Философ и журналист К. Фрумкин выделяет пять предпосылок формирования клипового мышления: возрастание информационного потока, связанного с развитием технологического процесса; потребность в новой актуальной информации и скорости ее получения; увеличение разнообразия поступающей информации; увеличение количества дел, которыми человек может заниматься одновременно; рост демократии на разных уровнях социальной системы [14].

Клиповое мышление – давно уже данность, – отмечает антрополог Е. Черепанова. – Наш организм приспосабливается к любому изменению внешней среды, в том числе и к огромному потоку информации, поэтому мозг просто вынужден так реагировать, у него нет выбора. Удивительно, но по сути человек начинает мыслить так, как созданная им же техника, он копирует аналоговые системы: выбирает информацию, по ключевым словам, тегам, символам. А если не находит, это ставит его в тупик, он считает задачу невыполненной. С одной стороны, в таком типе мышления ничего катастрофического нет, но у людей остается все меньше времени на осмысление, анализ. В бурном информационном потоке навык рефлексии, далеко не самый нужный, постепенно утрачивается. В результате в сложный момент человеку трудно принять решение. Никакой Google не скажет ему, как жить дальше [12].

У клипового мышления есть положительные и отрицательные стороны. Оно формирует отличную реакцию, позволяющую моментально реагировать на события, делать несколько дел сразу. Человек молниеносно переключает внимание с одного объекта на другой. Клиповое мышление побуждает нас искать и поглощать все новую и новую информацию, необходимую для развития интеллекта. Клиповое мышление профилактирует перегрузку мозга, если нет жесткого условия обрабатывать каждую единицу информации, позволяет быстрее реагировать и принимать решения, особенно в ситуациях, когда необходимо обработать большое количество информации в короткий срок

Клиповое мышление воспринимается как специфическая форма обработки информации, соответствующая стремительной цифровизации современного общества [12]. Произошел переход от линейной модели мышления к сетевой, построенной на визуальных образах. Различные данные больше не надо запоминать, достаточно знать «путь к ним», нужную информацию всегда можно найти лишь протянув руку и вбив запрос в поисковик. На замену знаниям пришли гиперссылки на знания. Память, соответственно, становится кратковременной и неглубокой. Мозг

приучается обрабатывать информацию только небольшими порциями и мышление приобретает характеристики клипового [7]. По мнению К.Г. Фрумкина, клиповость есть образ жизни человека, который вынужден постоянно «хвататься то за одно, то за другое дело», и эта формула, вполне универсальная для современного человека [12].

К последствиям клипового мышления традиционно относят: снижение способности анализировать полученные сведения об окружающем мире, трудность восприятия больших текстов и предпочтение им изображений, мозаичность и фрагментарность восприятия окружающего мира, уменьшение активного лексического запаса, ухудшение памяти и внимания, повышенную внушаемость, потерю остроты сопереживания [13].

Если клиповое мышление является основным видом обработки информации, мозг привыкает к такому виду деятельности, которое формируется без особых усилий. Как следствие, проявляется неспособность анализировать большие объемы информации, появляется рассеянность внимания, ухудшается память, теряется навык критического мышления. При утрате навыка критического осмысления событий человек не всегда имеет возможность вникать в то, что говорит другой человек, доверяет непроверенной информации, может стать объектом манипуляций. Большую роль играет яркий эмоциональный фон объекта, что мешает осмысленному запоминанию и вызывает привыкание к хаосу. Возможно, привыкание к беспорядку связано и с социальными процессами, когда противоречивые явления и процессы общества не фиксируются и не заставляют задуматься. Этим успешно пользуется современная масс-культура, навязывая яркие стереотипы и рекламные штампы. Клиповое мышление позволяет быстро принимать решения, не погружаясь в собственные рассуждения. Это может приводить к ошибкам, но в определенных ситуациях это необходимо и оправданно. Внимание сосредоточено на «здесь» и «сейчас», причинно – следственные связи не используются, не создаются и не создаются картины прошлого и будущего, нет обобщений и доказательных выводов. Активно работает оперативная память, долговременная память почти не задействована.

Ученые убеждены, что возможно компенсировать негативные последствия клипового мышления, развивая умение сопоставлять информацию, «побольше читать классиков, писать сочинения, пересказывать и обсуждать прочитанное. И начинать с начальной школы. Сегодня экзамены проходят в режиме теста, когда правильный вариант

ответа надо выбрать, а не найти путем анализа. Убеждена: пусть даже школьник ошибется, у него будет развиваться навык размышления, анализа ситуации. Это куда важнее правильных вариантов ответа, которые через год-два улетучатся из памяти» [12].

Позитивное значение происходящего сейчас повышенного интереса к клиповому мышлению – активность популяризации науки. В образовании происходят дискуссии о том, что нужно перестраивать процесс обучения и воспитания под особенности мышления, внимания и восприятия конкретных обучающихся. Особенности клипового мышления привлекли внимание к тому, как устроены познавательные процессы у школьников и студентов, что должно привести к развитию человекоцентричного подхода к обучению. Сформулированы некоторые рекомендации, которые позволяют купировать недостатки клипового мышления: ограничить бесполезное листание соцсетей, уметь фокусироваться на определенной задаче, правильно распределять время деятельности и отдыха, развивать гибкость ума, критическое мышление, креативность.

Каждый из типов мышления имеет свои преимущества и может быть полезен в различных сферах жизни. Однако только развитие всех этих типов мышления вместе может сделать нас успешными в современном мире, где изменения происходят так быстро и необходимость в адаптации к новым условиям становится все более важной.

Библиографический список

1. Бьюзен Т. Интеллект-карты. Полное руководство по мощному инструменту мышления [Электронный ресурс]. URL: <https://www.livelib.ru/author/5899/top-toni-byuzen>.
2. Гарднер Говард. Структура разума: теория множественного интеллекта: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 512 с.
3. Гиренок Ф. Клиповое сознание [Электронный ресурс]. URL: <https://e-libra.ru/read/489918-klipovoe-soznanie.html>.
4. Дизайн-мышление: пять шагов, которые помогут создать успешный продукт [Электронный ресурс]. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-dizayn-myshlenie>.
5. Калинкина И.В. Значение дивергентного мышления в формировании креативности менеджера / Сборник научных трудов III Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустиной. - Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2024. - С. 141–147.
6. Клиповое мышление. Что это такое? [Электронный ресурс]. URL:

<https://nacedu.by/assets/files/05-2022-metodicheskaya-rassylka.pdf>.

7. Ломбина Т.Н., Юрченко О.В. Особенности обучения детей с клиповым мышлением [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obucheniya-detey-s-klipovym-myshleniem>.

8. Микалко М. Рисовый штурм и еще 21 способ мыслить нестандартно [Электронный ресурс]. URL: <https://www.livelib.ru/author/20265/top-majkl-mikalko>.

9. Можейко М.А., Вавилов М.К., О. Горюнова, А.И. Симонов. Герберт Маршалл Маклюэн [Электронный ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/personnels/marshall-mcluhan>.

10. Мышление, его формы и виды [Электронный ресурс]. URL: <https://www.b17.ru/blog/61906/>.

11. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2010. – 784 с.

12. Черепанова Е.С. Философия конфликта: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2025. – 166 с.

13. Фаликман М.В. Парадоксы зрительного внимания: эффекты перцептивных задач. – М.: Издательский Дом ЯСК, 2018. – 264 с.

14. Фрумкин К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста // Топос: литературно-философский журнал. 2010. № 9.

УДК 811.12

Внешние коммуникации как инструмент создания медиаобраза Ярославля

Колышкина Т.Б., канд. филол. наук, доцент

Шустина И.В., канд. филол. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования медиаобраза региона. В центре внимания авторов культурная жизнь Ярославля. Авторы делают вывод о необходимости целенаправленно и систематически выстраивать медиаобраз региона посредством медиаресурсов.

Ключевые слова: медиаобраз региона, соцсети, территориальный брендинг

External communications as a tool for creating a media image of Yaroslavl

Kolyshkina T.B., PhD (Philologic), Associate Professor

Shustina I.V., PhD (Philologic), Associate Professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article examines the problem of developing a regional media image. The authors focus on the cultural life of Yaroslavl. They conclude that it is necessary to purposefully and systematically build the region's media image through media resources.

Keywords: regional media image, social networks, territorial branding

Современное информационное пространство является мощным инструментом формирования медиаобраза того или иного объекта [2], причем этим объектом может быть как конкретный человек [1, с. 226–229], так и организация [3, с. 28–38], а также целый регион [4] или государство. В настоящее время весьма актуальными становятся вопросы, связанные с брендингом территории, поскольку при рассмотрении этого явления обнаруживается тесная связь между коммуникативными и экономическими аспектами: целенаправленное построение правильно определенного медиаобраза региона является основой брендинга территории, а следовательно, основой инвестиционной привлекательности региона [2, с. 200–203].

Ярославль – город с тысячелетней историей, столица Золотого кольца, родина многих талантливых писателей, музыкантов, художников, театральных деятелей (Ф. Волков, Н. Некрасов, В. Собинов, Б. Кустодиев, Н. Шацкая, Л. Шиханова, А. Петров и др.). Вполне очевидно, что одним из важных составляющих медиаобраза является компонент «Ярославль культурный». Цель данной статьи – проанализировать образ «Ярославля культурного» как составляющей медиаобраза Ярославля. Материалом для исследования послужили публикации материалов о культурных мероприятиях на официальных сайтах, к которым чаще всего обращаются жители и гости города.

Анализ интернет-пространства позволил выявить несколько сайтов, на которых можно найти информацию о культурной жизни города. Первым поисковик выдает ЯРШОУ (<https://yar-show.ru/events/shou/>) Навигация сайта строится по рубрикам: «Новости и акции» (здесь перечислены все площадки Ярославля и области), «Площадки» (еще раз

перечисляются все площадки с указанием адреса и количества мероприятий по модели: КЗЦ «Милениум», Ярославль *Которосльская набережная*, 53). Следующая вкладка содержит рубрики: «Афиша» (19 октября Стас Михайлов Большой юбилейный концерт, кликая на иконку, можно купить билет на мероприятие), «Описание», «Карта» (навигация до места мероприятия). На ЯРШОУ представлены разделы: «Вся афиша», «Спектакли», «Концерты», «Классика», «Шоу», «Stand Up», «Детям». Странная классификация разделов затрудняет поиск мероприятий, поскольку как однородные понятия рассматриваются видовые характеристики объектов, видовые характеристики программ, целевая аудитория. На данном сайте представлены только платные мероприятия, которые интересны в первую очередь жителям Ярославля и Ярославской области и которые не отражают уникальную культурную жизнь региона и в меньшей степени формируют медиаобраз Ярославля. Однако данный медиаматериал демонстрирует активную культурную жизнь города: частые выступления известных артистов и коллективов характеризуют Ярославль как культурный центр, где востребованы разные направления искусства, где зрители ценят качественные культурные продукты. Кроме того, разнообразие зрелищных мероприятий привлекает жителей близлежащих регионов, в которых нет столь насыщенной культурной программы культурного проведения досуга.

Более функциональным в плане отражения уникальной культурной жизни Ярославля является сайт «Все фестивали в твоём телеграме», который поисковик указывает вторым. Значимость информации, размещенной на данном сайте, для формирования медиаобраза Ярославля очевидна. Фестивали и праздники, организуемые городом или при участии города, рассчитаны в первую очередь на гостей региона, так как такие мероприятия при правильной организации и грамотной медиаподдержке способны привлечь много туристов, которые вынуждены будут воспользоваться услугами предприятий ресторанно-гостиничного бизнеса, захотят параллельно посетить музейные экспозиции и т.д., а это, безусловно, выгодно и бизнесу, и властям региона.

Рассмотрим, насколько привлекательная подача информации о фестивалях и праздниках на указанном сайте. Данный медиаресурс осуществляет выборку по запросу и сужает поиск до темы «Фестивали в Ярославле и Ярославской области». Здесь можно найти список фестивалей города Ярославля и Ярославской области 2025 года. Кроме того, посетитель сайта получает подробную информацию о фестивалях,

областных праздниках, шоу и т.д. Представленные фильтры позволяют систематизировать фестивали по странам, городам (Города России, Москва, Санкт-Петербург), тематикам (Шансон, Медицина, Блюз-фестиваль, Цирковое искусство, Благотворительный, Фотография, Бардовская и авторская песня, Рождество и Новый год, Классическая музыка, Джаз-фестиваль, Байк-мотофест, Кионфестиваль, Театральный фестиваль, Кинофестиваль, Музыка, Этническая музыка, Еда, гастрономия и др.). Рубрика «Билеты» информирует о бесплатном или платном входе на мероприятие и его стоимости. Рубрика «Новости» предлагает выйти в «Блог», где предусмотрено обсуждение мероприятия, то есть осуществляется обратная связь с посетителями мероприятия, что крайне важно для организаторов. Важной в настоящее время является рубрика «Экологика», содержащая информацию для организаторов фестивалей (Современное решение мусорной проблемы российских фестивалей будет впервые комплексно реализовано на фестивалях. Одними из серьезных производителей мусора в регионах являются открытые фестивали. По данным организаторов, каждый российский фестиваль ежегодно производит свыше 100 куб. метров ТКО, которые вывозятся на свалку, но в большинстве случаев без сортировки и переработки; гости и участники каждого фестиваля оставляют более 40 тысяч пластиковых бутылок и тарелок, более 30 тысяч алюминиевых банок. // Контакты проекта). Последняя категория «Еще» включает заявки на участие в фестивалях и предложения от подрядчиков фестиваля. Сайт является информационным и для гостей, и для организаторов мероприятий.

Анализ данного сайта за период с 2022 по 2025 позволил выделить группы мероприятий, проводимых в Ярославской области: музыкальные фестивали, фестивали красок, фестивали еды, народного творчества, городские праздники. В перечне на 2025 год заявлены следующие фестивали: «Джаз над Волгой» 11-17 марта (Ярославская область, Филармония, Джазовый центр), «Влюблен в лен» 17 мая -16 августа (д. Игрищи), «Поворот на Горе-Грязь» 12-14 июня (Ярославская область Сосновый бор), «Anti Parti» 2-22 июня (Ярославская область Джао ДаЧа), «Час цифры» 6 июля (Ярославская область, разные площадки), «Фестиваль музыки и искусств» (Ярославская область, ТехноХутор), «Летчик» 7-10 августа (Ярославская область Джао ДаЧа), «Пир на Волге» – городской пикник 23-24 августа (Стрелка), «Понизовкин» 31 августа (Ярославская область, замок Понизовкиных), «Волков. Подмостки» 14–15 сентября (Ярославская область, разные площадки города),

Под иконкой с фирменной символикой каждого мероприятия есть кнопка «Подробнее», кликнув на которую посетитель получает информацию по пяти категориям: 1) Место проведения; 2) Даты проведения; 3) Участники; 4) Информация о билетах, цене и доступе на фестиваль; 5) Программа. В качестве примера приведем следующий текст:

Название мероприятия. Влюблён в лён.

Дата и время проведения. Когда пройдёт мероприятие? Даты проведения ежегодного фестиваля «Влюблён в лён 2025», который состоится под Ярославлем: 17 мая. I этап «Уж мы сеяли лён» (Посев льна); Июнь. II этап – этнолагерь, посвященный истории и культуре производства льна; 16 августа. III этап «Уж мы брали ленок» (Сбор урожая).

Оставайтесь в курсе фестивальной жизни! Подпишитесь на наш канал в Telegram и сообщество в ВКонтакте.

Место проведения. Где пройдёт мероприятие? Место проведения фестиваля «Влюблён в лён 2025» – Ярославская область, деревня Игрища, которая находится вблизи Большого села.

Участники. Кто из артистов, музыкантов каких групп и музыкальных коллективов выступит на мероприятии? На данный момент известно, что участниками фестиваля «Влюблён в лён» 2025 будут следующие музыкальные коллективы: фольклорный ансамбль «Улейма», фольклорно-этнографический ансамбль «Славёна», фольклорный ансамбль «Свитлица», семейный этно клуб «Любо-дорого!», «Русские нотки», «Россиянка», фольклорная группа «Диво», «Сороки».

Информация о билетах, цене и доступе на мероприятие. Вход на фестиваль «Влюблён в лён 2025» бесплатный.

Наиболее интересно представлен анонс программы традиционного фестиваля «Пир на Волге».

Сейчас мы познакомим вас с программой фестиваля «Пир на Волге 2025».

Спортсмены, актеры, музыканты готовят, шеф-повара поют и ведут тренировки, а гости фестиваля составляют меню, обыгрывают гроссмейстеров, ткнут ковры и становятся ди-джеями. В этом году на «Пире на Волге» ВОЗМОЖНО все!

Вы не умеете готовить, не поете, не танцуете, а от спорта вообще далеки? «Пир на Волге» утверждает, что каждый может... готовить, петь, танцевать, ткать, быть чемпионом, ди-джемом, быть счастливым в конце концов! Меняем роли, делаем невозможное, пробуем себя. Гости

фестиваля в этом году могут стать его создателями, а не просто зрителями.

...

И это только про еду. А у «Пира на Волге» еще огромная несъедобная программа, ждем с нетерпением! Каждый может... прийти на Стрелку и побыть счастливым!

Информация о мероприятии предоставлена пресс-службой фестиваля «Пир на Волге».

Встретимся в августе на фестивале «Пир на Волге 2025» в Ярославле!

Подобные описания фестиваля вызывают интерес у разных групп людей. Они отражают заботу обо всех гостях мероприятия, желание организаторов сделать счастливыми всех, кто окажется на празднике в Ярославле. Возникает образ гостеприимного и хлебосольного города, готового вкусно накормить своих гостей, научить их чему-то полезному, порадовать разными идеями.

Сайт предоставляет аудитории возможность дать обратную связь организаторам мероприятий благодаря рубрике «Блог». Такой способ взаимодействия важен для создания у аудитории ощущения, что к ней прислушиваются, ее мнение учитывают при организации фестивалей и праздников. Удобная навигация сайта позволяет найти больше количество информации о проводимых мероприятиях, однако здесь нет традиционных для города фестивалей «Преображение», «Музейная набережная», хотя они могли бы стать такими же популярными мероприятиями, как и перечисленные выше события, и привлечь большое количество гостей других категорий.

Сайт «Фестивали и праздники» (<https://culture76.ru/afisha/prazdniki/>) знакомит посетителей только с праздничными мероприятиями, проводимыми в области. Афиша информирует о будущих событиях в режиме реального времени, но возможен выход в архив. Подробно представлена информация об отдельных мероприятиях, например о фестивалях «Музейная набережная», «Преображение», «Ярославль – фестивальная столица России» и др. Вот пример описания предстоящего мероприятия:

Сейчас мы познакомим вас с программой проекта Музейная набережная 2023.

Квизы, импровизация, кулинарные батлы, поп-ап лаборатории, VR-путешествия, школа блогеров, кинофестиваль, экологичная мода и

городское караоке – вот неполный перечень того, что ждет ярославцев 13 мая на Музейной набережной.

В этом году ярославцев и туристов ждут пять (!) тематических летних фестивалей в рамках проекта «Музейная набережная. Герои улиц». Этот проект Ярославского Конвентин Бюро реализуется при поддержке Фонда Президентских грантов. Все лето на Музейной набережной - истории о ярославцах, именами которых названы улицы города. Площадь Волкова, улицы Собинова, Некрасова, Терешковой — это не просто названия, это реальная история реальных людей.

Как видно из представленного фрагмента описания мероприятия, организаторы проекта стараются выстраивать коммуникацию таким образом, чтобы у читателей возникало восприятие Ярославля как очень творческого и активного города, готового включаться в современные креативные проекты, принимать новых участников мероприятий независимо от того, где живут эти участники.

Еще один ресурс выдает раздел «Развлечения» электронного издания 76.RU (<https://76.ru/text/entertainment/2025/09/12/76026268/>). «Афиша на выходные дни в Ярославле» подробно знакомит жителей области и гостей с предстоящими событиями. На момент анализа такими событиями стали Купеческая ярмарка, фестиваль бега, кинопоказы. Обратимся к медиаресурсу:

Афиша ярких событий на 13–14 сентября в регионе.

Лето закончилось, но погода продолжает радовать ярославцев. Поэтому в субботу и воскресенье можно смело отправляться на разные уличные мероприятия. Мы собрали подборку бесплатных развлечений в регионе:

- 1. Концерт у ДК «Нефтяник».*
- 2. Беговой марафон.*
- 3. Ярмарка в купеческом стиле.*
- 4. Кинофестиваль «Свет миру».*
- 5. Фестиваль «Искусство жить на даче».*
- 6. Плодово-ягодный фестиваль.*
- 7. Фестиваль казачьей культуры.*

Далее представлена подробная программа и описание каждого мероприятия. Из приведенного фрагмента видны нестандартный подход к созданию досуговых проектов для жителей и гостей города, стремление максимально учесть интересы разных групп целевой аудитории и отсутствие любым способом заработать на участниках мероприятий

деньги. Такого рода проекты имеют особую привлекательность, поскольку лишены лоска и проходят по-домашнему уютно и тепло.

Анализ медиаресурсов позволяет сделать вывод о том, что «Ярославль культурный» – это не только интересные музейные экспозиции и уникальная древняя архитектура, это не только известный в России театр имени Ф. Волкова, но и разнообразие креативных проектов, ориентированных на разные группы людей, предпочитающих не только воспринимать произведения искусства, но и создавать их, находить их в разнообразных областях жизни, учиться чему-то новому. Это город – радушно и гостеприимно встречающий гостей, хлебосольный и заботливый, лишенный напускного лоска, но искренний и домашний. Это город, бережно хранящий историю и традиции предков, возрождающий несправедливо забытые элементы нашего быта.

В то же время стоит отметить, что формирование медиаобраза города как культурного центра не ведется целенаправленно. Популярные и ставшие традиционными фестивали и праздники не включены в перечень мероприятий, размещенный на интернет-сайтах. О многих событиях и фестивалях сообщается только на медиаресурсах организаторов этих мероприятий, что затрудняет поиск информации и не способствует участию в них горожан и гостей города.

Библиографический список

1. Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Способы создания медиаобраза руководителя региона // Гуманитарные технологии в современном мире. Сборник статей X Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора Оскара Яковлевича Гойхмана. Калининград, 2022. С. 226–229.

2. Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Модель анализа медиаобраза региона // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы. Материалы VI Международного научного конгресса. Редактор Е.В. Полховская. Симферополь, 2021. С. 200–203.

3. Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Медиаобраз Федерального казначейства России в соцсети ВКонтакте // Экономика и управление: теория и практика. Сборник научных трудов VI Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием в 2 томах. 2023. С. 28–38.

4. Кольшклина Т.Б., Шустина И.В. Коммуникативные способы и средства создания медиаобраза «Ярославль туристический» // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2022. Т.11. № 4. С. 66–74.

УДК 81.25

Обучение речевому этикету в социальных сетях: комментарии, хейт, конструктивный диалог (на материале ВК и Яндекс.Дзена)

Лукьянчикова Н.В., канд. филол. наук, доцент

Беляева П.М., студент

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. Статья посвящена проблеме формирования коммуникативной компетенции в цифровой среде через обучение речевому этикету. Рассматриваются особенности коммуникации в социальных сетях ВКонтакте и Яндекс.Дзен. Анализируется дидактический потенциал речевого этикета как средства противодействия хейт-спичу и развития конструктивного диалога. Методологическую основу составляют дискурс-анализ и лингвопрагматический подход. Предложена педагогическая модель, направленная на развитие навыков критического восприятия информации и применения норм сетевого этикета.

Ключевые слова: речевой этикет, социальные сети, хейт-спич, конструктивный диалог, коммуникативная компетенция

Teaching Speech Etiquette in Social Media: Comments, Hate, and Constructive Dialogue (Based on VK and Yandex.Dzen)

Lukyanchikova N.VI., PhD (Philologic), Associate Professor

Belyaeva P.M., student

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. This article focuses on the development of communicative competence in the digital environment through the teaching of speech etiquette. It explores the specific features of communication in the social media platforms VK and Yandex.Dzen. The article analyzes the didactic potential of

speech etiquette as a means of countering hate speech and developing a constructive dialogue. The methodological basis is discourse analysis and a linguopragmatic approach. A pedagogical model is proposed to develop critical information perception skills and the application of network etiquette norms.

Keywords: speech etiquette, social networks, hate speech, constructive dialogue, communicative competence

Ускорение цифровизации общественной жизни привело к трансформации коммуникативных парадигм, что создает новые вызовы для педагогики. В российских официальных источниках термин «медиаобразование» был введен на симпозиуме по вопросам образования, проходившем в городе Рязани в 1986 году А.В. Шариковым. На западе этот термин встречается с 1960-х годов. Александр Вячеславович определяет медиаобразование как «процесс формирования у человека культуры медиатизированной социальной коммуникации» [6, с. 80]. В контексте лингводидактики особую важность приобретает проблема формирования дискурсивной компетенции, обеспечивающей эффективное взаимодействие в специфической среде социальных медиа. Е.И. Галяшина и В.Д. Никишин подчеркивают, что «демократичность и саморегулируемость интернет-среды, а также неконтролируемость свободно циркулирующих информационных потоков могут провоцировать конфликты и противоречия, проявления нетерпимости и агрессии на разных уровнях социального взаимодействия» [1, с. 558]. Целью настоящего исследования является теоретическое обоснование процесса обучения речевому этикету для артикуляции различий между деструктивной и конструктивной коммуникацией.

1. Лингвопрагматическая специфика коммуникативного пространства социальных сетей. Коммуникативное пространство социальных медиа может быть охарактеризовано как семиотическая система, где вербальные практики взаимодействуют с невербальными компонентами. Проведем сравнительный анализ двух репрезентативных для рунета платформ.

Платформа ВКонтакте сочетает черты как частного, так и публичного дискурса. Дигитальные сообщества в социальных сетях формируют собственные дискурсивные практики, основанные на разделяемом групповом знании. Это приводит к использованию пресуппозиций и эллипсисов, осложняющих декодирование.

В отличие от нее, платформа Яндекс.Дзен привлекает более разрозненную аудиторию. Дискурс в комментариях характеризуется эпизодичностью, что, по данным М. Н. Черкасова, «провоцирует

редукцию социальных лифтов и детабуюизацию агрессивных высказываний» [7]. Лингвопрагматический анализ выявляет преобладание категоричных утверждений и обобщения.

2. Хейт против диалога: как отличить и противостоять. Ядро проблемы заключается в дифференциации речевых актов. Хейт-спич, как лингвистический феномен, может быть квалифицирован по следующим параметрам, использование аргументации к человеку, применение тотализирующих генерализаций, инвективная лексика и намеренная дивергенция от тематической канвы дискуссии.

В противоположность этому, конструктивный диалог базируется на принципах сотрудничества. Классик лингвистики Г.П. Грайс утверждает, что «участники коммуникации ожидают друг от друга следования максимам количества, качества, отношения и способа» [8, с. 45]. Его лингвистическими маркерами являются модальные глаголы, метаречевые маркеры и риторические вопросы.

3. Педагогическая модель интеграции медиаобразовательного компонента. Предлагаемая модель носит модульный характер. На когнитивном этапе осуществляется аналитическая работа с готовыми дискурсивными образцами. А.В. Федоров считает, что «Критическое творческое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам – сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и медиатекстов» [5, с. 67].

На процедурном этапе фокус смещается на выработку алгоритмов поведения. Как отмечают Н. А. Карабань и А. В. Дикарева: «Нормы сетевого этикета (нетикета) призваны минимизировать конфликтогенный потенциал цифровой коммуникации» [2, с 20].

Аффективный этап нацелен на формирование ценностных установок. А.А. Леонтьев подчеркивает, что «эффективная коммуникация невозможна без сформированной установки на взаимопонимание и кооперацию» [3, с. 214].

Проведенное исследование позволяет констатировать, что обучение речевому этикету в контексте социальных медиа приобретает характер комплексного педагогического воздействия. Как пишет Н. Фэрклаф, «критический анализ дискурса позволяет вскрыть идеологические основания языковых практик» [9, с. 18], что помогает противостоять манипуляциям и создавать культуру конструктивного диалога.

Библиографический список

1. Галяшина Е.И., Владимир Д. Никишин. 2021. «Язык вражды как угроза информационной безопасности интернет-коммуникаций». Вестник Санкт-Петербургского университета. Право 3: 555–573.

2. Карабань Н.А., Дикарева А.В. Сетикет, или правила речевого поведения в сети Интернет // Филология: научные исследования. 2018.

3. Леонтьев А.А. Психология общения. – 4-е изд. – М., 2018.

4. Иванова Л.А. Медиаобразовательное пространство в стратегии инновационного развития высшего профессионального образования в современной России: постановка проблемы // Педагогическая теория, эксперимент, практика / под. ред. Т.А. Стефановской. – Иркутск: Изд-во Иркут. ин-та повыш. квалиф. работ. Образования. 2008. С. 218.

5. Федоров А.В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия // Инновации в образовании. 2007. № 4. С. 30–47.

6. Шариков А.В. Так что же такое медиаобразование? // Медиаобразование. 2005. № 2. С. 7.

7. Черкасова М.Н. Обида и оскорбление как форма речевой агрессии в медиатексте // Трансформация систем СМИ в современном мире. Сборник материалов международной научно-практической конференции «Журналистика 2009». – М.: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2010. – С. 472–473.

8. Grice H.P. Logic and Conversation // Syntax and Semantics. Vol. 3: Speech Acts. – New York: Academic Press, 1975.

9. Fairclough N. Language and Power. – 3rd ed. – London: Longman, 1989.

УДК 316.773.4

Формирование медиаобраза глав регионов: сравнительный анализ Ярославской, Вологодской и Костромской областей

Рыбакова А.А., магистрант

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье автором рассмотрен процесс формирования медиаобраза глав регионов на примере Ярославской, Вологодской и Костромской областей, выявлены особенности присутствия глав регионов

в медиапространстве и определены ключевые факторы, влияющие на формирование их публичного имиджа.

Ключевые слова: медиаобраз, медиапространство, политический имидж, публичные коммуникации

Formation of the media image of the heads of regions: a comparative analysis of the Yaroslavl, Vologda and Kostroma regions

Rybakova A.A., master's student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the author examines the process of forming the media image of the heads of regions using the example of the Yaroslavl, Vologda and Kostroma regions, identifies the features of the presence of the heads of regions in the media space and identifies key factors influencing the formation of their public image.

Keywords: media image, media space, political image, public communications

В современных условиях развития информационного общества особую актуальность приобретает исследование способов формирования образа политических лидеров регионального уровня в социальных сетях. Медиаобраз губернатора выступает не только как инструмент политической коммуникации, но и как важный фактор развития региона, который влияет на общее восприятие территории в общественном сознании.

Актуальность исследования заключается в необходимости изучения особенностей представления глав регионов в социальных сетях, выявления общих тенденций и специфических черт формирования их образов. Соседние регионы, имеющие схожие показатели и культурные традиции, представляют особый интерес для сравнительного анализа, поскольку позволяют выявить как общие закономерности, так и уникальные особенности создания образов региональных лидеров.

В процессе исследования важно учитывать, что медиаобраз губернатора складывается из нескольких компонентов: политических позиций, практической деятельности и визуального имиджа. Каждый из этих элементов требует особого внимания при анализе, поскольку они взаимосвязаны и влияют на общее восприятие главы региона.

Социальные сети губернатора Вологодской области демонстрируют наиболее активную медийную стратегию среди исследуемых регионов. Контент-анализ показывает высокую частоту публикаций, что способствует поддержанию постоянного информационного присутствия в поле зрения аудитории. Губернатор часто использует неформальный стиль общения, активно делится личными историями и впечатлениями, что способствует формированию образа «народного» лидера. Такой подход позволяет создать более тесную эмоциональную связь с аудиторией и повысить уровень доверия к региональной власти.

Активно используются прямые эфиры с членами Правительства Вологодской области, что усиливает эффект непосредственного присутствия жителей. В публикациях часто присутствуют элементы обратной связи, включая обсуждения актуальных тем и предоставление информации по количеству обращений от жителей. Визуальный контент отличается разнообразием форматов: фото, видео, инфографика. Особое внимание уделяется оперативному реагированию на значимые события в жизни региона.

Медиаприсутствие губернатора Ярославской области характеризуется другой коммуникационной стратегией. Публикации носят более информационный характер, фокусируясь на официальных мероприятиях, решениях правительства и социально-экономических достижениях региона. Контент отличается структурированностью и деловым стилем подачи, что формирует образ компетентного управленца, который сосредоточен на решении задач развития территории.

В социальных сетях регулярно публикуются подробные отчеты о проделанной работе и планах развития региона. Особое место занимают аналитические материалы и статистические данные. Активно используются профессиональные фотографии и видеоматериалы.

В социальных сетях губернатора Костромской области прослеживается схожесть с ярославской стратегией, в которой наблюдается преобладание делового стиля подачи информации с акцентом на официальных мероприятиях. Главной отличительной чертой является то, что создание контента распределено между аккаунтом главы региона и его команды. Это создает эффект коллективного информационного поля. Такой подход позволяет охватить широкий спектр тем и целевых аудиторий, сохраняя при этом единую информационную повестку.

Регулярные обновления включают отчеты о проделанной работе и планы на будущее, что соответствует общей информационной политике

региона. Особое внимание уделяется качеству визуального оформления постов. Используются профессиональные фотографии, инфографика и видеоматериалы высокого качества.

Важно отметить, что каждый из трех регионов признает важность социальных сетей как средства прямой коммуникации с населением. Однако способы реализации этого потенциала различаются, что отражается на формировании уникального медиаобраза каждого губернатора.

Проведенное исследование имеет существенное практическое значение для развития региональных медиакоммуникаций и совершенствования имиджевых стратегий глав субъектов федерации. Выявление успешных практик формирования медиаобраза позволяет определить наиболее эффективные инструменты работы со СМИ и социальными сетями, которые могут быть применены и в других регионах.

В ходе анализа были определены ключевые проблемные зоны, требующие особого внимания при формировании медиаобраза губернатора. На основе полученных результатов сформулированы рекомендации по совершенствованию медиастратегий:

1. Оптимизация контент-плана с учетом специфики целевой аудитории.
2. Развитие многоканальной коммуникации для охвата максимального числа групп населения.
3. Усиление интерактивного взаимодействия с гражданами через социальные сети.
4. Внедрение современных форматов подачи информации.

Применение предложенных рекомендаций приведет к совершенствованию процесса создания медиаобраза губернатора, повышению качества взаимодействия с населением и успешному решению задач регионального развития. При этом важно обеспечить баланс между информационной открытостью и управленческой эффективностью. Необходимо также постоянно отслеживать изменения информационной среды и адаптировать способы формирования образа к новым условиям.

Сравнительный анализ показывает, что каждый регион выбрал собственную стратегию присутствия в социальных сетях, которая соответствует коммуникационной политике. В этом случае наблюдается общая тенденция к разнообразному контенту и расширению каналов коммуникации с населением. Различия в подходах к ведению социальных

сетей отражают не только личные предпочтения губернаторов, но и специфику регионов, их социально-экономическое развитие и информационные потребности населения.

Библиографический список

1. Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Способы создания медиаобраза руководителя региона // Гуманитарные технологии в современном мире: сборник статей X Международной научно-практической конференции. - Калининград: Полиграфычъ, 2022. С. 226–229.

2. Ольшанский Д.В. Политический PR. - СПб: ПИТЕР, 2003. – 544 с.

3. Склярёнок К.В. Политический имидж: к исследованию понятий [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskiy-imidzh-k-issledovaniyu-ponyatiy>.

4. Уракова В.А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-issledovaniya-mediaobraza-politicheskogo-lidera>.

Секция 3. Рекламный и PR-дискурс в современном информационном пространстве

УДК 81

Прагматический потенциал советизмов в медиадискурсе России и Китая: сравнительный анализ

Ван Цзинцзин, магистрант

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

Аннотация. В статье исследуются различия в функционировании и интерпретации советизмов в современном медиадискурсе России и Китая на материале анализа трех ключевых единиц («товарищ», «пятилетка», «комсомолец») выявляются особенности их употребления в ведущих СМИ двух стран, определяются прагматические функции и эмоциональные коннотации. Исследование демонстрирует, как различное восприятие советского языкового наследия отражает различные модели культурной памяти и стратегии работы с историческим прошлым. В заключении подчеркивается, что в России советизмы часто переосмысливаются и используются критически, а в Китае они

сохраняются как часть официальной идеологии, лишаясь своего первоначального исторического контекста.

Ключевые слова: советизмы, медиадискурс, кросс-культурный анализ, российские СМИ, китайские СМИ

Pragmatic Potential of Sovietisms in the Media Discourse of Russia and China: A Comparative Analysis

*Wang Jingjing, Master's student
Pushkin State Russian Language Institute*

Abstract. The article examines the differences in the functioning and interpretation of Sovietisms in the contemporary media discourse of Russia and China. Through the analysis of three key units ("comrade", "five-year plan", "komsomol member"), the features of their usage in leading media outlets of the two countries are identified, and their pragmatic functions and emotional connotations are determined. The study demonstrates how the differing perceptions of the Soviet linguistic legacy reflect different models of cultural memory and strategies for dealing with the historical past. In conclusion, it is emphasized that in Russia, Sovietisms are often rethought and used critically, while in China they are preserved as part of the official ideology, stripped of their original historical context.

Keywords: Sovietisms, media discourse, cross-cultural analysis, Russian media, Chinese media

Советизмы как лингвокультурные феномены представляют собой уникальный объект для исследования процессов трансформации коллективной памяти и национальной идентичности в постсоветском пространстве. Как отмечают исследователи, «необходимость изучения языка советского времени обусловлена тем, что этот период оказал значительное влияние на формирование обновленной национальной картины мира последующих периодов жизни россиян» [1, с. 22]. Россия и Китай, испытавшие значительное влияние советской эпохи, демонстрируют разные модели рецепции данного языкового наследия. Целью данной работы является выявление и сопоставительный анализ функций и смыслов, которые несут советизмы в современном медийном дискурсе двух стран. В фокусе исследования – единицы «товарищ», «пятилетка» и «комсомолец» и их функционирование в текстах СМИ, отобранных методом целевой выборки из материалов ведущих

российских (РИА Новости, RT, ТАСС, Радио Спутник) и китайских (Синьхуа, Жэньминьван) новостных агентств.

Методологическую основу исследования составляют теория языковой картины мира и теория культурной памяти. Советизмы рассматриваются как «"места памяти", репрезентирующие различные стратегии осмысления общего прошлого» [2, с. 39]. В работе применяется метод качественного контекстуального и прагматического анализа для выявления функций исследуемых единиц.

1. Функционирование слова «товарищ» в российских и китайских СМИ. В российском дискурсе употребление слова «товарищ» является маркированным и зависит от внешнего коммуникативного контекста. Например, бразильский президент Лула да Силва использовал его как риторический инструмент: *«Эй, товарищ Путин, отправляйтесь в Стамбул, Бога ради»* (РИА Новости [<https://ria.ru/20250514/lula-2016831333.html>])). В устах иностранного лидера лексема служит для установления стратегической близости, будучи лишенной исконной идеологической нагрузки. В другом случае Ким Чен Ын использует ее в соответствии с нормой: *«Прежде всего позвольте выразить вам, товарищ Путин, искреннюю признательность»* (РИА Новости [<https://ria.ru/20230913/kndr-1896072523.html>])), что отражает идеологическую солидарность. Российские СМИ транслируют оба случая нейтрально, демонстрируя прагматичное принятие различных функций слова.

В китайском дискурсе «同志» (товарищ) является активным, институционализированным ядром политического языка, выполняющим функцию внутренней мобилизации. Его использование строго регламентировано и серьезно: *“在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下”* (Под сильным руководством Центрального комитета партии во главе с товарищем Си Цзиньпином) (Синьхуа [<http://www.news.cn/20250921/19d66f07185b437489d8cc10c727ddae/c.html>])). Здесь лексема интегрирует данную лексему в устойчивые формулы, подчеркивающие преемственность и руководящую роль власти.

Следовательно, в России слово носит инструментально-этикетный характер, свойственный системе обращений в определенных ситуациях, а в Китае – ритуально-мобилизационный.

2. Функционирование слова «пятилетка» в российских и китайских СМИ. В российском медиадискурсе за «пятилеткой» закреплена амбивалентность. С одной стороны, признаются исторические заслуги: *«Аналитики считают успешным опыт пятилетнего*

планирования в СССР... именно первая пятилетка заложила основы
индустриальной державы» (RT

[<https://russian.rt.com/science/article/624227-sssr-pyatiletki-ekonomika-planirovaniye>]). С другой – сильна традиция иронического осмысления, уходящая корнями в советское время: «В народе шутили: "Пятилетку в четыре года в три смены двумя руками за одну зарплату!"» (Радио Спутник [<https://radiosputnik.ru/20230626/1880375830.html>])). В народной шутке используется прием градации, при этом отчетливо прослеживается ироническое отношение к плановой экономике, бытовавшее в народе.

В Китае лексема «五年计划» (пятилетка) полностью деисторизирована и деидеологизирована. Это технократический термин, ориентированный на настоящее и будущее: "工业和信息化部领导介绍'高质量完成十四五规划'.....'十四五'以来.....取得了历史性成就"(Руководство Министерства промышленности и информатизации представило доклад о «высококачественном выполнении 14-го пятилетнего плана» ... «С начала 14-й пятилетки» ... «достигнуты исторические успехи») (Синьхуа[<http://www.news.cn/info/20250909/a79e2701b8b74435b34d48f72cf9d114/c.html>])). Оценка строго позитивна и сфокусирована на эффективности и достижениях.

Таким образом, в России значение единицы раскола между ностальгией и критикой, в Китае – унифицировано в рамках прагматичного курса на развитие. Это подтверждает тезис о том, что «лексикон советского периода по-прежнему востребован и не только в рядах КПРФ и ей сочувствующих» [1, с. 22], однако его функции кардинально меняются в зависимости от культурного контекста.

3. Функционирование слова «комсомолец» в российских и китайских СМИ. В России «комсомолец» – историзм, используемый для политической оценки. Нередко служит ярлыком для дискредитации: «Александр Турчинов – бывший комсомолец, интеллектуал, позже – баптист и проповедник» (РИА Новости Крым[<https://crimea.ria.ru/20220912/ukraina-mezhdu-bratkami-i-klounami-v-chem-ugroza-1124481260.html>])). Или становится оружием иронии: «Суетилась, как в годы комсомольской юности, и 2-жа Меркель» (РИА Новости[<https://ria.ru/20141119/1034112908.html>])). Встречается также позитивная оценка с героизацией деятельности комсомольцев: «После окончания войны комсомольцы участвовали в восстановлении городов-героев Сталинграда, Одессы, Севастополя и др. разрушенных городов» (ТАСС [<https://tass.ru/arhiv/712002>])). Отметим также, что в различных

публикациях СМИ прослеживаются ностальгические нотки глубоко положительного характера: «Комсомол: что мы потеряли на самом деле?» [<https://histrf.ru/read/articles/komsomol-cto-my-poterjali-na-samom-diele?>]

В Китае «Комсомолец» (комсомолец) – это действующий, позитивный институт. Его функция – мобилизация молодежи: "请党放心，强国有我！天安门广场，共青团员和少先队员代表对党许下青春的誓言，打动无数人。" («Партия, будьте спокойны, сильная страна — это мое дело! На площади Тяньаньмэнь представители комсомольцев и пионеров дали партии клятву юности, что тронуло бесчисленное множество людей.») (Жэньминь Ван [<http://politics.people.com.cn/n1/2025/0630/c1001-40511114.html>]). Идентичность связана с верностью партии и будущим страны, это часть живого политического процесса.

Таким образом, в России единица олицетворяет «прошлое», используемое для критики настоящего. В Китае она олицетворяет «настоящее», работающее на будущее.

Проведенный анализ позволяет констатировать различную рецепцию советизмов в медиадискурсе России и Китая. В России они подвергаются инструментализации, критическому переосмыслению и иронизации, но вместе с тем и описывают героическое прошлое с оттенками ностальгии, выполняя таким образом преимущественно внешние функции и отражая сложное, амбивалентное отношение к советскому прошлому. В Китае наблюдается процесс деисторизации и интеграции этих единиц в актуальный внутренний политический дискурс, где они функционируют как унифицированные элементы официального нарратива, лишенные рефлексивной нагрузки и нацеленные на мобилизацию и консолидацию. Данное различие свидетельствует о том, что «советизмы не представляют собой однородной группы слов, они различаются в лингвистическом, в стилистическом плане, в плане референции и прагматики» [3, с. 34], а их прагматический потенциал используется для выполнения поставленной журналистом задачи и напрямую зависит от актуальных идеологических задач и используемых моделей культурной памяти.

Библиографический список

1. Шипицына Г.М. Общий взгляд на лексикон русского языка советского периода / Г.М. Шипицына, Ю.О. Мамонова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. № 14(235). С. 21–28.
2. Купина Н.А. Советизмы: к определению понятия // Политическая лингвистика. 2009. № 2(28). С. 35–40.

3. Белянин В.П. Опыт категориального анализа советизмов // Российские исследования. 2021. Т. 2, № 2. С. 33–55.

УДК 81: 659.123.1

Параметрические и темпоральные прилагательные в рекламных текстах сферы туризма

Гончарова Л.М., канд. филол. наук, доцент

*Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина,
Российский новый университет*

Аннотация. Статья посвящена исследованию функционала параметрических и темпоральных прилагательных в рекламно-туристическом дискурсе. Выявлены ключевые прилагательные с признаками размерных и временных параметров, используемые рекламодателями для характеристики туристических объектов. Исследована частотность использования параметрических и темпоральных адъективов в рекламных текстах сферы туризма, установлено их употребление в прямых и переносных значениях.

Ключевые слова: параметрические прилагательные, темпоральные прилагательные, рекламные тексты сферы туризма, рекламно-туристический дискурс

Parametric and Temporal Adjectives in Tourism Advertising Texts

Goncharova L.M., PhD (Philology), Associate Professor

*Pushkin State Institute of Russian Language,
Russian New University*

Abstract. The article is devoted to studying parametric and temporal adjectives functionality in advertising-and-tourism discourse. Key adjectives with signs of dimensional and temporal parameters used by advertisers to characterize tourist sites have been identified. Frequency of parametric and temporal adjectives in tourism advertising texts has been investigated, and their use in direct and figurative meanings has been established. The value of temporal and parametric adjectives is evaluated from the point of view of the advertiser's marketing goals.

Keywords: parametric adjectives, temporal adjectives, tourism advertising texts, advertising and tourism discourse

Лексико-семантическая группа параметрических имен прилагательных включает в себя прилагательные, объединенные семантическим компонентом «размер». Такие адъективы определяют параметры объекта относительно его соотношения с другими объектами действительности, а также с позиции восприятия его границ человеком. «Трехмерность пространства как объективное свойство действительности, в свою очередь, есть отражение когнитивных механизмов, лежащих в основе восприятия и познания мира человеком. <...> мир без человека не имеет измерений – точнее, мир существует только в человеческом измерении, ибо точкой отсчета и мерой всего в конечном итоге является человек» [1].

Темпоральные прилагательные, реализующие семантические признаки времени, репрезентируют представления людей о прошедших, текущих или будущих событиях и определяют различные семантические аспекты категории «время»: 1) временные отрезки определенной длительности (день, неделя, месяц); 2) временные отрезки неопределенной длительности (момент, миг, мгновенье, вечность); 3) линейность времени; 4) цикличность времени; 5) признаки антропоцентричности в языковой модели времени [3, с.165-166]. Они могут обозначать такие временные признаки, как «повторяемость во времени» и «следование во времени» (очередное занятие, очередной отпуск), «временной отрезок определенной длительности, промежуток времени» (вековой, годовой, месячный, недельный, дневной), «возрастные характеристики» (молодой, старый, древний, старинный), «течение времени» (медленный, неспешный, быстрый, мгновенный) и др.

Обе категории – времени и размерности – являются антропоцентричными, поскольку определяющие точки отсчета даются человеком с позиций его видения того или иного объекта реальности: относительно его роста, возраста, местоположения, усвоенной системы координат, эталонов и норм и т.д.

Исследователи отмечают возможность с помощью параметрических адъективов давать положительную или отрицательную оценку явлениям действительности: хорошее соотносится с нормой, эталоном, образцом, в то время как «низкий» и «высокий» становятся оценочными характеристиками «плохой» и «хороший» соответственно [2; 4]. Вместе с тем темпоральные прилагательные, например, «старый» и «молодой»,

несут позитивную или негативную оценку в зависимости от индивидуальных взглядов, национальных традиций, моды и оценочных предпочтений человека (молодой человек / старый человек; молодое вино/ старое вино; молодой сотрудник / старый сотрудник; быстрый, меленный, неспешный) и т.д.

В рекламных текстах туристической сферы параметрические и темпоральные адъективы используются в качестве характеристик для визуализации описания и оценки значимости туристических объектов. При этом в большинстве случаев они используются в прямом значении, а их основная цель – представить туристический регион и находящиеся в нем достопримечательности с самых выгодных позиций.

Так, параметрические прилагательные служат для характеристики и наглядного представления:

- ландшафтных особенностей природно-рекреационных зон: Кармадон – одно из самых узких и суровых по своей красоте ущелий Осетии [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5]; здесь длинный пляж с белоснежным песком и массивные белоснежные дюны из этого песка. Центральная Сокотра – это глубокие вады, зазубренные вершины, безлюдный лес. [<https://tomeet.travel/tours/socotra>]; Вулкан Горелый. О его потенциальной опасности свидетельствует крупная кальдера (обширная кольцевая котловина) диаметром около 30 км. Такие лавы благодаря своей низкой вязкости спокойно растекаются по большой площади [<https://www.gkamchatka.ru/catalog/vulkan-gorely/>].

- флоры и фауны региона: вы увидите множество разноцветных рыб [<https://mybalitrips.com/ru/snorkeling-gili-air>]; туристы могут вооружиться масками и трубками, чтобы понаблюдать за маленькими рыбками; Следующий остров примечателен одиноко растущим на нем огромным баобабом. Поражает сочетание пустынности белоснежного пляжа и величественности гигантского дерева, волею судьбы произрастающего на столь небольшом клочке суши [<https://safarizanzibari.ru/tour/zanzibar-safari-blu-kendva-nungvi-2-dnya>];

- туристических объектов природного и рукотворного происхождения: Около 5000 лет назад Грузинские племена, проживавшие на территориях исторических Тао-Кларджети (Диаохи) и Лазети, начали строить циклопические постройки. Протогрузины перемещали огромные валуны и складывали их друг на друга [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5];

- специфические особенности туристского быта, маршрутов: Легкий поход не предполагает интенсивных нагрузок и сложных маршрутов. Мы

неспециальным шагом идем по уже проложенным туристическим тропам без тяжелого снаряжения за плечами и наслаждаемся красивыми видами [<https://www.vpohod.ru/types/27-Legkiy/>];

- количество объектов, имеющих ценность с исторической или туристической точки зрения: В Москве огромное количество музеев – от небольших, размером с квартиру, до огромных ультрасовременных экспозиций [<https://lauda-tours.ru/dostoprimechatelnosti/>]; На Сахалине огромное количество кафе, ресторанов [<https://magput.ru/>];

- возможности для туристов: Вас ждёт огромное количество восхитительных фото и видео [<https://youtravel.me/tours/40998/>]; Пещера Хок имеет <...> огромное количество сталактитов, сталагмитов и кристаллических образований [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5].

Параметрические прилагательные акцентируют уникальную возможность посещения объекта через приемы гиперболизации с помощью языковых интенсификаторов (очень, самый): Во флагманском магазине-музее вы узнаете историю создания самого крупного в Поволжье предприятия "Татспиртпром" [<https://www.kariatida.com/>], через прилагательные в сравнительной и превосходной степени: Пересекая Терек, мы направляемся в Джейрах и оказываемся у одного из крупнейших средневековых башенных комплексов [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5].

Темпоральные прилагательные в рекламных туристических текстах характеризуют:

- возраст туристического объекта как его историческую ценность: Киржач – город, привлекающий несуетной провинциальной философией, в котором можно окунуться в неспешную атмосферу старинного города с древним монастырём и десятками роскошных купеческих усадеб. Киржач как старый купеческий город имеет свою «подземную» историю [<https://bolshayastrana.com/kavkaz/vyshe-gory-kruche-vidy-252799>]; Около 5000 лет назад Грузинские племена, проживавшие на территориях исторических Тао-Кларджети (Диаохи) и Лазети, начали строить циклопические постройки. [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5];

- противопоставление истории и современности: Историческая и современная столица Республики Марий Эл: памятники архитектуры XVIII–XX вв. – старинные дома купцов Наумова, Булыгина, Пчелина. Знакомство с легендами марийского края (нынешняя Йошкар-Ола). Вас ждёт: Царевококшайский Кремль – самый молодой кремль России

[<https://bolshayastrana.com/kavkaz/vyshe-gory-kruche-vidy-252799>]; В Москве огромное количество музеев – от небольших, размером с квартиру, до огромных ультрасовременных экспозиций [<https://lauda-tours.ru/dostoprimechatelnosti/>];

- течение времени в регионе посещения, скорость передвижения (как правило, противопоставляется рабочему ритму мегаполисов): *Киржач – город, привлекающий несуетной провинциальной философией, в котором можно окунуться в неспешную атмосферу старинного города* [<https://bolshayastrana.com/kavkaz/vyshe-gory-kruche-vidy-252799>]; *Начинается погружение в размеренную жизнь уютной провинции* [<https://www.afisha.ru/restaurant-news/tambovskii-volk-tebe-tovarisch-dva-neochevidnih-goroda-dlya-puteshestviya-na-vihodnie>];

- обозначение временных периодов строительства, продолжительности существования объекта или его предыдущего предназначения: *Мы направляемся в Джейрах и оказываемся у одного из крупнейших средневековых башенных комплексов. Четыре высоких башни, подтверждают, что в давние времена здесь было четыре замка влиятельных ингушских династий. В древнем селении Лисри столкнемся с артефактами прошлых эпох.* [https://crl.travel/excursion_tours/vyshe-gory-kruche-vidy-5]; *Прогулка по центру Владикавказа позволит обнаружить отголоски прошедших веков, воплощенные в старинных зданиях, купеческих домах, бывших типографиях и концернах* [<https://www.rus-traveller.ru/tour/zateryannoe-zodchestvo-podmoskovya>];

- временные и скоростные характеристики и обозначения окружающей реальности (настоящего времени): *Трансфер в аэропорт/на вокзал к вечерним рейсам/поездам; Ранний выезд и путешествие в пещеру Хок. Нависающие скалы и быстрая горная река позволяют насладиться волшебными пейзажами* [<https://bolshayastrana.com/kavkaz/vyshe-gory-kruche-vidy-252799>].

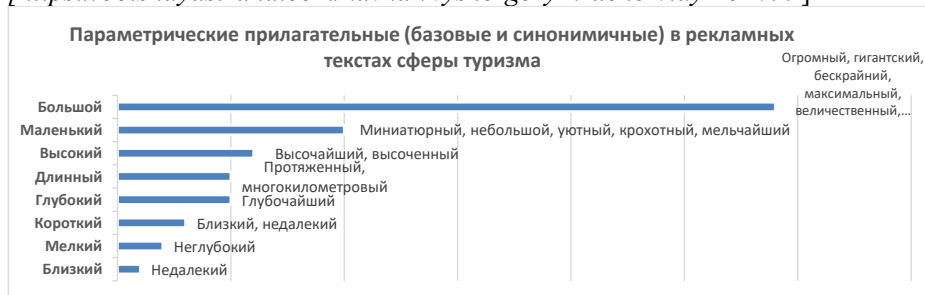


Рисунок 1. Параметрические прилагательные, наиболее часто используемые в рекламных туристических текстах

Материал исследования составил корпус из 80 текстов, собранных методом сплошной случайной выборки, где выявлено 77 параметрических и 51 темпоральное прилагательных. Прилагательные, наиболее часто используемые в рекламных туристических текстах, приведены на рисунках 1 и 2.

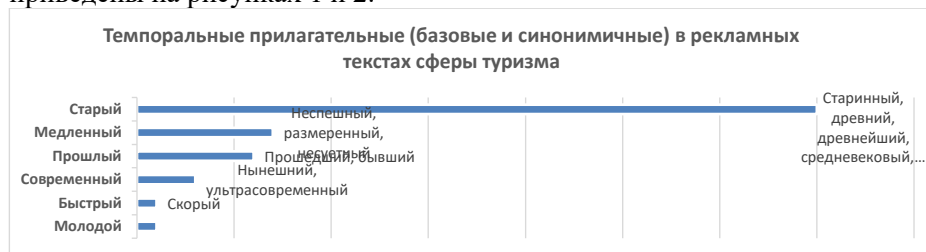


Рисунок 2. Темпоральные прилагательные, наиболее часто используемые в рекламных туристических текстах

Исходя из полученных данных, можно говорить об акцентировании в рекламных текстах сферы туризма среди параметров – большие и маленькие объекты, с точки зрения временного фактора ценятся старинные объекты и неторопливый формат путешествия.

Библиографический список

1. Кузина И.Ю. К вопросу об отражении параметрических характеристик объекта в языковой картине мира (на материале русского и английского языков). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-otrazhenii-parametricheskikh-harakteristik-obekta-v-yazykovoy-kartine-mira-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo-yazykov> (дата обращения: 24.09.2025).
2. Пузанова Ю.С. Параметрические прилагательные русского языка: исследование онтогенеза на материале данных спонтанной речи // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 151. С. 137–141.
3. Ухналева Е.А. Когнитивный контекст и функционирование темпоральных прилагательных / Е.А. Ухналева, С.А. Моисеева // Лексикография и коммуникация - 2019: Сборник материалов V Международной научной конференции, Белгород, 18–19 апреля 2019 года / Отв. редактор А.П. Седых. – Белгород: «Белгород», 2019. – С. 164–167.
4. Чжоу Ч. Функционирование параметрических прилагательных в газетном дискурсе: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 5.9.5 (Русский язык. Языки народов России) / Казанский (Приволжский) федеральный университет. – Казань, 2025. – 24 с.

**Культурные коды в современной российской рекламе:
лингвосемиотический аспект**

Давыдова К.А., магистрант

Гончарова Л.М., канд. филол. наук, доцент

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

Аннотация. В статье анализируются вербальные и невербальные способы проявления культурных кодов в российской рекламе. Рассмотрены жанровые, стилистические, языковые и художественные традиции российской рекламы, сформированные на протяжении ее развития.

Ключевые слова: рекламный текст, культурный код, вербальные и невербальные средства, история рекламы

**Cultural codes in Modern Russian advertising: linguistic and semiotic
aspect**

Davydova K.A., master's student

Goncharova L.M., PhD (Philology), Associate Professor

Pushkin State Institute of Russian Language

Abstract: The article analyzes the verbal and non-verbal ways of displaying cultural codes in Russian advertising. The article examines the genre, stylistic, linguistic and artistic traditions of Russian advertising, formed during its development.

Keywords: advertising text, cultural code, verbal and non-verbal means, advertising history.

Обращаясь к анализу современной рекламы, мы не можем не отмечать в ней национальные черты, апеллирующие к уникальным культурным особенностям, закодированным в некой информации, позволяющей идентифицировать принадлежность к русской культуре. Действительно, исторические отсылки позволяют российским брендам выделяться на фоне зарубежных аналогов, сохранять самобытность и узнаваемость.

Многие ученые (Н.В. Старых, В.В. Ученова, Е.В. Ромат, О.В. Сляднева, Л.Е. Трушина, Э.М. Глинтерник, Л.Г. Березовая и др.) отмечали, что история российской рекламы отличается от истории развития рекламного дела за рубежом.

Принято считать, что отечественная реклама возникла в ярмарочной среде, поскольку именно ярмарка всегда играла важную роль в русском социуме: «Именно на ярмарке можно было узнать политические и экономические (об урожаях и неурожаях, о новых торговых путях, новых фабриках, новых товарах и т.д.) новости» [5, с. 19-20]. Народная культура послужила основой для первых рекламных призывов: малые устные жанры активно использовались, привлекая своей емкостью и стихотворной формой, близкой к народным частушкам [6, с. 152-159].

Книгопечатание открыло новые возможности для рекламного дела [5; 6]. Со второй половины XVIII века массово выпускались периодические издания, которые наследовали «лубочным картинкам» [3], появилась гравюра, а в тематическом плане реклама значительно расширилась [1], охватывая все сферы: бытовую, медицинскую, социальную, политическую и т.д.

На сегодняшний день «крики улиц» и лубочные мотивы не теряют своей актуальности. Сегодня эти формы прослеживаются в кратких рекламных призывах, в небольших по объему объявлениях и в наружной рекламе: «Наделай, подешевело!», «Зима ближе – цены ниже!» (рис. 1).

В начале XIX века стремительно развивались издательства и типографии: количество печатных художественных изданий резко возросло, как и число рекламных объявлений. Вторая половина XIX века ознаменовалась формированием брендов, выработавших собственный стиль рекламирования, близкий к европейскому ар-нуво (рис. 2).



Рисунок 1. «Крики улиц» и лубочные мотивы в современной рекламе

Одна из характерных черт российской (как и мировой) рекламы, сохраняющая свои традиции на протяжении веков, – использование фамилии владельцев фирм-производителей: «А. Коркунов» (марка

шоколадной продукции, названная по имени основателя), «Аргентов» (ювелирный дом, основанный Ярославом Аргентовым), «Заварин» (ювелирный дом), «Кочеулов и партнеры» (юридическая компания) и т.д. Активно используется орфографическое оформление и начертание в дореволюционном стиле (рис. 3).



Рисунок 2. Слева направо: рекламный плакат А. Мухи, реклама компании «Зингер», Реклама компании «Калинкин»



Рисунок 3. Логотип ювелирной мастерской Логотип юридической фирмы

Советский период также оказал влияние на современную рекламу. Так, прослеживаются традиции советского времени 1917-1990 гг. В рекламных сообщениях можно увидеть апелляцию к прецедентным феноменам советского времени (реклама в стиле НЭПа, апелляция к советским фильмам и мультфильмам) [2] (рис. 4).



Рисунок 4. Мотивы советского времени в современной рекламе

Таким образом, в современной российской рекламе сохраняются русские культурные коды, идущие от устных ярмарочных традиций, лубочных картинок, от воспринятой русским обществом европейской

моды, идей и лозунгов советской эпохи и т.д., – всё это оказало влияние на формирование отечественных рекламных практик.

Использование народных традиций, стилистики и апелляция к историческому опыту формируют уникальную идентичность российских брендов, что подтверждает значимость национального компонента в эффективном продвижении товаров и услуг.

Библиографический список

1. Глинтерник Э.М. Реклама в России XVIII – первой половины XX века. Опыт иллюстрированных очерков. Альбом. – СПб: Изд-во Аврора, 2007. 361 с.

2. Гончарова Л.М., Давыдова К.А. Мотивы конструктивизма и наследие НЭПа в современной рекламе / Сборник научных трудов III Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустиной. – Ярославль: ООО «ПКФ СОЮЗ-ПРЕСС», 2024. С. 111–115.

3. Лубок // Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А.Н. Николюкина. – Институт научной информации по общественным наукам РАН: Интелвак, 2001. 1596 с.

4. Ростовцев Е.А., Сосницкий Д.А. Русское средневековье в коммерческой рекламе: постановка проблемы и перспективы исследования (вторая половина XIX – начало XXI вв.) // Древняя Русь: во времени, в личностях, в идее. 2017. Вып. 7. С. 398–416.

5. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы: в 2 ч. Ч. 1. – СПб, 2001. 138 с.

6. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. 495 с.

УДК 81

Гендерный характер медиатекстов о моде (на материале российских и китайских медиа)

Инь Синьтин, аспирант

Государственный институт русского языка имени А.С. Пушкина

Аннотация. Статья посвящена исследованию гендерной маркированности современных текстов о моде. Рассмотрены традиционные подходы к описанию мужских и женских модных образов.

На основе проанализированного материала российских медиатекстов отмечены современные тенденции к стиранию граней гендерного позиционирования.

Ключевые слова: модный медиадискурс, гендерное позиционирование, мужские и женские модные образы

Gender Representation in Fashion Media Texts: A Cross-Cultural Analysis of Russian and Chinese Media

Yin Xinting, PhD Student

Pushkin State Institute of Russian Language

Abstract. The article investigates the gender markedness of contemporary fashion texts. Traditional approaches to describing male and female fashion images are examined. Based on the analysis of Russian media texts, current trends towards the blurring of gender positioning boundaries are noted.

Keywords: fashion media discourse, gender positioning, male and female fashion images

Язык, используемый в модных медиа, представляет собой не только зеркало тенденций в индустрии, но и выступает как трансляция гендерной культуры.

Опираясь на культурно-семиотический подход, А.В. Малыгина трактует моду как гендерно маркированный культурный текст – одну из наиболее репрезентативных сфер конструирования/деконструкции установок массового сознания и фактор формирования гендерной идентичности [2, с. 4, 21].

Лексикографический анализ современной женской прессы демонстрирует процесс профессионализации модного тезауруса и значительную долю англицизмов. Как отмечают исследователи, номинации актуальных направлений (например, sport-chic, lingerie look) функционируют в качестве профессиональной лексики, закрепляя текущие тренды и нормируя желательные для аудитории идентичности [3, с. 84]. Богатая номенклатура предметов гардероба, в частности, разнообразных типов брюк (*чиносы, джеггинсы, кюлоты, «бойфренды»*), создает развернутые «каталожные» цепочки номинаций, посредством которых дискурс конструирует репрезентативный женский облик и образ жизни [4, с. 45]. Тем самым, дифференциация между женскими и мужскими журналами задается не только на тематическом, но и на

словарно-дискурсивном уровне. Подтверждением этому служит вывод Э.Р. Каюмовой о том, что, несмотря на использование «иноязычных вкраплений» в изданиях для обоих полов, именно женская периодика характеризуется наиболее частотным их употреблением, что и позволяет лексикону выполнять нормативную функцию [1, с. 16].

Микромеханика языкового конструирования гендера в русскоязычном модном дискурсе, представленная Паном Сяодуном, была раскрыта на уровне номинации участников, пространственно-целевых обстоятельств и оценочных ресурсов. В «мужских» текстах преобладали наименования, свойственные профессиональным номинациям («строители», «охотники», «рыболовы»), маркировавшие социальную активность и статус: *«со временем брюки карго... пришлось по душе строителям, охотникам и рыбакам...»* [6, 2019, с. 28]. Женские референты, напротив, фрагментировались через телесные части («ноги», «плечи», «фигура»): *«...помогут сделать любые ноги стройнее»* [6, 2019, с. 29], что автор прямо квалифицировал как идеологию объективации [6, 2019, с. 36]. Семиотика места и цели закрепляла распределение сфер: мужские образы привязывались к публичному (работа, деловые события), женские – к приватно-досуговому («модная вечеринка») [6, 2019, с. 30–31, 38]. В оценочных ресурсах женские тексты концентрировались на «Реакции» (внешняя привлекательность: *«сексапильный чокер», «элегантно и сексуально»*) [6, 2019, с. 40–41], тогда как мужские – на «Составе/Ценности» (практичность, функциональность: *«тёплый и комфортный», «подходит для делового события»*) [6, 2019, с. 35, 42]. Итоговый идеологический эффект формулировался однозначно: женская идентичность связывалась с «телом для взгляда», а не с «функционирующим телом», что поддерживало самообъективацию и подтверждало мужское доминирование в публичной сфере [6, 2019, с. 37, 44].

Вместе с тем анализ исследований первого десятилетия XXI века показывает «гендерное смешение»: мужские и женские образы начинают описываться в стиле «унисекс». Так, на уровне медиапрактик Л.Ю. Фалько и Н. А. Коноплёва зафиксировали активную эксплуатацию образа андрогинна модной журналистикой – фигуры, соединявшей «мужские» и «женские» поведенческие признаки и материализовавшейся в практиках управления внешностью (одежда, причёска, макияж) [5, 2007, с. 4].

Сегодня тенденции мужской и женской моды описываются практически одинаково. Универсальные образы женщин и мужчин

формируются в модном дискурсе российских и китайских медиатекстов через использование лексики, относящейся в сфере моды: *тренд*, *оверсайз*, *кардиган*, *стайл* и др. Различия можно увидеть только в акцентировании слов «женственность», «женский», «мужской», в остальном авторы модных колонок оценивают модную одежду с позиций демонстрации характеристик создаваемых образов – силы, уверенности, стиля: соответствующие отсылки даются через лексемы *здоровье*, *красота*, *сексуальность*, *стойкость*, *яркость*, *уверенность*, *независимость* (табл.1).

Таблица 1. Описание мужского и женского образа в глянцевах журналах

Описание модного женского образа	Описание модного мужского образа
После нескольких лет доминирования <i>оверсайза</i> дизайнеры делают ставку на <i>женственность</i> и <i>четко очерченные линии</i>. <i>Женственность</i> больше не воспринимается как противоположность практичности – напротив, она становится <i>символом уверенности, энергии и силы</i>. При этом в трендах остается игра с фактурами, <i>прозрачность и многослойность</i>, позволяющие адаптировать классику под современные ритмы жизни. В этом сезоне актуальны сложные комбинации, где каждый элемент одежды проглядывает из-под предыдущего, – например, <i>водолазка под рубашкой, дополненная жилетом или кардиганом</i>, а сверху куртка или пальто. Важно при этом не переборщить и создать <i>гармоничный образ</i> – для этого попробуйте комбинировать разную длину, фактуру и цвета вещей. https://lenta.ru/articles/2025/09/01/modnye-trendy-osen-2025-goda 一直以来, 红唇都是东方大美	<i>Мужская одежда</i> на осень 2025 года – это в первую очередь универсальность, которая на годы сохранит гардероб в порядке и поможет оставаться <i>модным и стильным</i>. Главный секрет – предпочтение отдавать <i>приглушенным тонам и классическому крою</i>. Пять трендов этого сезона 1. <i>Спорт-шик</i>. Выражается в деталях. Это кроссовки, олимпийки, брюки-джокеры, пальто. То есть сочетание <i>спорта и классики</i>. 2. Тренд 40-х. Альтернатива предыдущему стилю. <i>Двубортный костюм, пальто оверсайз, шляпа, широкие брюки</i>. Спокойные однотонные цвета. 3. <i>Милитари</i>. Популярны <i>пиджаки с нашивками, бушлаты с медными пуговицами, широкие воротники</i>. Также выражается в <i>камуфляже</i> разных оттенков и рисунка. 4. <i>Уличный стайл</i>. Полная противоположность стилю 40-х и культуре костюма. Актуален для <i>молодых людей до 23–25 лет</i>. Вещи без надписей, преимущественно <i>оверсайз, рваные разрезы на джинсах, брюках, рубашках, кроссовки</i>. https://www.alltime.ru/blog/?page=post&b

人最为极致的标准.....不仅结合了自然的美感和力量的表达，更体现大女人的刚柔并济、自信独立。(перевод наш – Инь Синьтин: Красная помада всегда была эталоном подлинной восточной красоты и завершающим штрихом в образе яркой и уверенной в себе женицины...Такой макияж не только сочетает естественную эстетику с силой характера, но и олицетворяет гармонию нежности и стойкости, уверенность и независимость современной женицины). https://www.360kuai.com/pc/9801b6142d22dab96?cota=3&kuai_so=1&sign=360_57c3bbd1&refer_scene=so_1 做到既强势又性感，既优雅又狂野，可以说完全具备女性所亲睐的特质 (перевод: Этот образ сочетает в себе силу и сексуальность, элегантность и дикость – можно сказать, что он воплощает в себе именно те качества, которые ценят современные женицины.) https://news.qq.com/rain/a/20241128A04P3400?media_id&suid	log=watchblog&post_id=modnaya-muzhskaya-odezhda-na-osen-thisyear-godaluki-obrazy-tendentsii 男装走向女性化？新一轮孔雀革命已经来临！(перевод наш – Инь Синьтин: Мужская мода движется к феминизации? Новая революция павлинов уже наступила!) 轻薄柔和的材质与模特们健硕的身体形成鲜明的对比，展现着现代男性不被定义的健康、美丽和性感。(перевод: Лёгкие и мягкие ткани создают яркий контраст с мускулистыми телами моделей, демонстрируя здоровье, красоту и сексуальность современного мужчины, не вписывающиеся в привычные рамки). https://baijiahao.baidu.com/s?id=1663584136717904107
---	--

Кроме того, женщин призывают отбросить традиционно одобряемое для женщин скромное поведение и провоцируют становиться яркими, дерзкими, вызывать интерес и экспериментировать с новыми образами: *если ты думала, что мода осень-зима 2025 будет скромной и сдержанной, то ты ошибалась. Этот сезон **врывается** в наши гардеробы как настоящий ураган эмоций, цвета и текстур. Дизайнеры словно сговорились и решили: **хватит минимализма, пора показать характер.***

*Какая мода будет осенью 2025? **Дерзкая, многогранная и абсолютно непредсказуемая.** Здесь найдется одежда и для любительниц классики в новой интерпретации, и для тех, кто **готов экспериментировать с самыми смелыми сочетаниями.** Одно можно*

сказать точно: **скучно не будет**. [<https://lisa.ru/moda/890102-moda-na-osen-2025-12-tendencij-kotorye-budut-povsyudu>].

В текстах, посвященных мужской моде, фигурируют нарочито подчеркнутые женские мотивы: **Внимание к мужской талии изящнее и остроумнее остальных в сезоне осень-зима 2025** привлек, пожалуй, Ким Джонс – то, что в его коллекции кажется высокими брюками, на самом деле хитроумно **застегнутые на талии** плащи. Впрочем, конкурировать с Dior здесь вполне могут и **(все хорошеющие и хорошеющие)** Dolce & Gabbana с **классическими обтягивающими жилетками**, и Wooyoungmi – с не менее **классическими приталенными пиджаками** [<https://theblueprint.ru/fashion/trends/men-fashion-fw25>].

Традиционное описание женской цветовой гаммы и стилистики теперь переносится на мужские образы: **Один из главных оттенков сезона – нежно-розовый, который отсылает к популярной эстетике рококо**, поэтому верх можно подобрать в этом цвете. Если вас тянет к более «серьёзной» палитре, остановитесь на **шоколадных тонах**, ведь они тоже сейчас особенно в почёте. Сюда же – **бургунди**, который переходит в 2026 год [<https://market.yandex.ru/journal/muzhskaya-moda-osenyu-2025>].

Сопоставление исследований и языкового материала позволяет сделать ряд наблюдений:

1. На концептуальном уровне мода реализуется в виде автономного медиатекста, продуцирующего социальные иерархии и роли.

2. На лексико-дискурсивном уровне в женских изданиях активировался англицизированный профессиональный модный лексикон, одновременно нормировавший «желательные» идентичности.

3. На метафорико-визуальном уровне реклама системно коммерциализировала стереотипы и объективацию, перенастраивая аффекты под целевые аудитории [7, с. 49, 55, 81, 84, 86].

4. На уровне медиапрактик фиксировалась двойная динамика: усиление андрогинных кодов и телесной гласности «мужского» при одновременном воспроизводстве привычных «женских» стереотипов.

В совокупности гендерный характер модных медиатекстов предстаёт как согласованное действие языковых, визуально-риторических и жанровых механизмов, не столько отражающих представления о маскулинности/фемининности, сколько активно их реконфигурирующих в «потребительской логике» медиадискурсивных практик.

Библиографический список

1. Каюмова Э.Р. Сопоставительный анализ языковых особенностей женских и мужских глянцевого журналов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2012. 24 с.
2. Малыгина А.В. Гендерные репрезентации как тексты культуры: на примере моды середины XX – начала XXI вв.: дис. ... канд. филол. Наук – М.: Московский государственный университет культуры и искусств, 2008. 197 с.
3. Нарочная Е.Б., Шевцова Г.В. Иноязычные слова в современной российской публицистике // Язык и культура. 2009. № 4. С. 84–97.
4. Смеюха В.В. Типология и модели современных женских журналов. Ростов н/Д: СКНЦ ВШ ЮФУ, 2011. 128 с.
5. Фалько Л.Ю. Современная мода. Гендерный аспект / Л.Ю. Фалько, Н.А. Коноплева // Актуальные вопросы современной науки. 2009. № 7–1. С. 53–62.
6. 潘小冬.俄语时尚话语中的性别身份建构[D]. 南京师范大学, 2019.
7. 汤颖颐.广告中的性别隐喻研究[D]. 广东外语外贸大学, 2005.

УДК 366.01

Психология убеждения и когнитивные технологии продаж в рекламном тексте страховой компании

Илиндеева М.В., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Статья исследует, как принципы убеждения и схематического мышления интегрируются в рекламные тексты страховщиков, и почему это определяет успех или провал коммуникации. Автор показывает, что эффективный рекламный текст опирается на понимание когнитивных искажений клиента: использование социального доказательства, активацию эмоциональных схем, игру с потерями и выгодами. Статья также обозначает роль искусственного интеллекта в персонализации убеждающих сообщений, этические границы манипуляции и адаптацию к ожиданиям молодых потребителей, для которых аутентичность важнее глянца.

Ключевые слова: психология убеждения, когнитивные технологии продаж, рекламный текст, эмоциональное воздействие

The psychology of persuasion and cognitive sales techniques in the advertising text of an insurance company

Ilindeeva M.V., Lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. This article explores how principles of persuasion and schematic thinking are integrated into insurance companies' advertising copy, and why this determines the success or failure of communications. The author demonstrates that effective advertising copy relies on an understanding of the client's cognitive biases: the use of social proof, the activation of emotional schemas, and the manipulation of losses and gains. The article also explores the role of artificial intelligence in personalizing persuasive messages, the ethical limits of manipulation, and adapting to the expectations of young consumers, for whom authenticity is more important than gloss.

Keywords: psychology of persuasion, cognitive sales technologies, advertising text, emotional impact.

В мире, где каждый день человек сталкивается с сотнями рекламных сообщений, страховая компания должна не просто выделиться, но и достучаться до глубинного уровня сознания клиента. Решение о покупке страховки – это не импульсивный выбор, а результат сложного взаимодействия рациональных расчетов и эмоций: страха перед непредвиденными событиями, желания защитить семью, сомнений в надежности компании. Именно поэтому рекламный текст, который игнорирует психологию убеждения, обречен остаться незамеченным или вызвать отторжение.

Представьте себе два объявления: первое гласит «Страхование жизни от «А» – тарифы от 500 рублей в месяц», второе начинается с истории: «Мария, 35 лет, мама двоих детей. Она не думала, что однажды ее мир рухнет из-за диагноза мужа. Но полис страхования жизни, который она купила три года назад, позволил ей не бросать детей и оплатить лечение. Сегодня «А» защищает тысячи таких семей, как ваша». Первый текст – сухое перечисление характеристик. Второй – история, которая активирует эмпатию, социальное доказательство и страх потери. Как показывают исследования Института потребительского поведения, второй тип текста в 3 раза чаще приводит к переходу на сайт компании и в 2 раза – к подаче заявки на полис.

Почему так происходит? Ответ кроется в том, как мозг обрабатывает информацию. Даниэль Канеман в своей теории двойной системы мышления объяснил, что у человека есть два «мыслительных процессора»: система 1, которая работает быстро, эмоционально и иррационально, и система 2, которая медленная, логичная и требует усилий. Реклама, ориентированная на систему 1, всегда эффективнее – потому что люди большую часть времени живут в режиме автопилота. Именно психология убеждения помогает страховым компаниям «включить» эту систему 1, создав тексты, которые не просто информируют, а воздействуют на эмоции и когнитивные искажения [1].

Однако многие страховщики до сих пор полагаются на устаревшие подходы: они перечисляют преимущества полисов, используют сложную терминологию и забывают о том, что клиент не эксперт в страховании. По данным Банка России, 60% потребителей не понимают разницы между страхованием жизни и страхованием от несчастных случаев – и рекламные тексты, которые не объясняют это простым языком, только усугубляют проблему. Это приводит к тому, что 45% людей отказываются от покупки страховки после первого контакта с рекламой, считая ее непонятной или неактуальной.

Чтобы разобраться, как психология убеждения работает в страховой рекламе, нужно обратиться к классическим теориям. Роберт Чалдини выделил шесть принципов убеждения: взаимность, обязательство и последовательность, социальное доказательство, симпатия, авторитет и дефицит[2]. В страховой рекламе наиболее эффективны три из них: социальное доказательство («другие покупают»), авторитет («эксперты рекомендуют») и дефицит («успейте застраховаться до повышения тарифов»). Но как эти принципы превращаются в текст?

Рассмотрим пример «Ингосстраха». В 2022 году компания запустила кампанию «Ваши истории защиты», где в рекламных текстах использовались реальные отзывы клиентов: «После пожара в нашем доме полис «Ингосстраха» покрыл все убытки. Мы не представляли, как бы справились без них». Этот текст работает, потому что активирует социальное доказательство – клиент видит, что другие люди уже получили пользу от компании, и доверяет им больше, чем рекламным обещаниям. По данным компании, кампания увеличила конверсию на 40% по сравнению с предыдущими текстами, основанными на характеристиках полисов.

Другой принцип – дефицит. Страховая компания «РЕСО-Гарантия» использовала его в рекламе страхования от кибератак: «Уже 1 из 5

компаний в России столкнулся с хакерской атакой. Застрахуйтесь до конца месяца и получите скидку 20%». Этот текст играет на страхе потери (потери данных, денег) и дефиците (ограниченное время для скидки). Результат: количество заявок на полис выросло на 35% за два месяца.

Но психология убеждения – это не только принципы Чалдини. Важно понимать, как когнитивные искажения влияют на восприятие рекламы. Например, эффект «якорения»: люди опираются на первую полученную информацию при принятии решений. Если страховая компания в первом предложении рекламы упоминает «защиту семьи», а не «низкие тарифы», клиент будет воспринимать полис как средство защиты близких, а не как финансовый продукт.

Еще один важный механизм – схематическое мышление. Люди воспринимают информацию через призму уже существующих схем (образов, стереотипов). Например, если в рекламе страхования жизни используется образ счастливой семьи, клиент связывает полис с защитой этой семьи. «СберСтрахование» активно использует этот механизм: в их рекламных текстах часто фигурируют молодые родители, дети, дом – образы, которые активируют схему «безопасность семьи». По данным компании, такие тексты в 2 раза чаще вызывают положительные эмоции у аудитории.

Но что делать, если рекламный текст не работает? Проблема часто кроется в отсутствии понимания целевой аудитории. Например, страховая компания выпустила рекламу страхования автомобиля с акцентом на «технологичность полиса» и «мобильное приложение». Но целевая аудитория – водители старше 45 лет – не понимала, зачем им мобильное приложение, и текст вызвал недоумение. Конверсия составила всего 5%. После того как компания переработала текст, сделав акцент на «защите семьи в дороге» и «быстрой помощи при аварии», конверсия выросла до 28%.

Путь к решению проблемы – это процесс, который начинается с исследования аудитории. Страховой компании нужно понять, какие когнитивные искажения и схемы характерны для ее клиентов. Например, молодые люди больше реагируют на социальное доказательство («все их друзья покупают»), а пожилые – на авторитет («эксперты рекомендуют»). Затем нужно интегрировать эти знания в текст: использовать истории, которые активируют нужные эмоции, говорить на простом языке, избегать жаргона.

Перспективы психологии убеждения в страховой рекламе связаны с развитием искусственного интеллекта. Технологии машинного обучения позволяют анализировать поведение клиентов в реальном времени и персонализировать рекламные тексты. Например, если клиент часто ищет информацию о страховании детей, ИИ может показать ему текст с историей о защите семьи. «СОГАЗ» уже использует такую технологию: их рекламные тексты адаптируются под поведение пользователя, и конверсия выросла на 30%.

Но с развитием технологий возникают и этические вопросы. Где грань между убеждением и манипуляцией? Страховая компания должна использовать психологию ответственно, не обманывая клиентов и не играя на их страхах чрезмерно. Например, реклама, которая использует страх перед смертью, чтобы продать полис, может вызвать отторжение. «Ингосстрах» подходит к этому вопросу осторожно: их тексты фокусируются на защите, а не на страхе.

Для молодого поколения – миллениалов и зумеров – важна аутентичность. Они не верят гляцевым рекламным обещаниям, но доверяют историям реальных людей. «РЕСО-Гарантия» использует это, публикуя в социальных сетях видеоотзывы клиентов: «Мы не продаем страховку – мы делимся историями тех, кому она помогла». Такой подход увеличивает доверие и конверсию среди молодежи.

В заключение стоит сказать, что психология убеждения и когнитивные технологии – это не магия, а наука, которая помогает страховым компаниям строить доверительные отношения с клиентами. Эффективный рекламный текст – это тот, который говорит с клиентом на его языке, учитывает его эмоции и когнитивные особенности. Но результат того стоит – страховая компания становится не просто продавцом полисов, а партнером, который защищает то, что важно для клиента.

Библиографический список

1. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2025. 656 с.
2. Роберт Чалдини, Стив Мартин, Ноа Гольдштейн Психология убеждения. М.: МИФ, 2024. 320 с.

УДК 658.8

Как продавать поколению Z

Леонovich А.Н., канд. экон. наук, доцент

Васюкевич А.С., студент

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. В статье анализируются ключевые особенности потребительского поведения поколения Z на основе данных авторского опроса. Выявлены приоритеты цифровой аудитории. Практическая значимость работы заключается в разработке конкретных рекомендаций для бизнеса по построению эффективной коммуникации с поколением Z, включая оптимизацию пользовательского опыта, выбор подходящих каналов влияния и формирование этичного имиджа компании.

Ключевые слова: поколение Z, реклама, потребительское поведение, ценности бренда

How to sell to Generation Z

Leonovich A.N., PhD (Economics), Associate Professor

Vasyukevich A.S., student

Belarusian State Economic University

Abstract. The article analyzes the key features of consumer behavior of generation Z based on the data of the author's survey. The priorities of the digital audience have been identified. The practical significance of the work lies in the development of specific recommendations for businesses to build effective communication with generation Z, including optimizing the user experience, choosing appropriate channels of influence and building an ethical image of the company.

Key words: generation Z, advertising, consumer behavior, brand values

Поколение Z (зумеры) – это первое по-настоящему цифровое поколение, для которого интернет, социальные сети и мобильные технологии являются неотъемлемой частью жизни. Их потребительское поведение, медиапривычки и система ценностей кардинально отличаются от предыдущих поколений. Как отмечает психолог Кристина Егорова: «поколение Z сильно отличается от миллениалов, иксов и бэби-бумеров. Оно совсем другое. Это видно во взглядах зумеров на жизнь, способах решения проблем и отношении к миру вокруг. Они выросли в условиях, где всё меняется быстрее, чем когда-либо. В итоге это сформировало их уникальный подход ко всему – от работы до общения» [1].

В таблице 1 представлены особенности цифровых отношений поколения Z.

В отличие от предыдущих поколений, выросших на традиционных формах рекламы (телевидение, радио, печатные издания), поколение Z имеет совершенно другой опыт взаимодействия с рекламой. Согласно

исследованиям NielsenIQ, поколение Z слабо верит рекламе, однако обращает внимание на позиционирование бренда.

У большинства представителей этого поколения сформирован набор брендов, которые они предпочитают, опираясь на цену и качественные характеристики. Причем немаловажны эмоциональные параметры бренда, соответствующие образу жизни, ментальности и ценностным установкам [2].

Таблица 1. Жизненная философия и культура потребления поколения Z

Специфика	Описание специфики
Цифровая культура	Клиповое мышление, многозадачность, визуальное потребление контента.
Ценности	Самовыражение, социальная ответственность, толерантность, ментальное здоровье.
Отношение к рекламе	Недоверие к традиционной рекламе, доверие к инфлюенсерам, интерес к UGC.
Потребительские привычки	Готовность переплачивать за бренд, но прагматичность в выборе (цена/качество).
Факторы выбора	Эмоциональные параметры бренда, соответствие образу жизни и ценностям.
Риски	«Рекламная усталость», критическое отношение к манипуляциям и сбору данных.

Источник: составлено автором на основе источника 2

Успех бизнеса в ближайшем будущем напрямую зависит от понимания этих особенностей. Если предприниматели будут игнорировать данные изменения, то спрос будет стремительно снижаться, что приведет к неизбежному падению прибыли.

В процессе написания статьи был проведен опрос, в котором приняли участие 100 респондентов 2003–2010 годов рождения. Проведен анализ ответов, на основании которого были определены результаты и предложены рекомендации по выстраиванию коммуникации и продаж для данной аудитории.

Одним из самых однозначных результатов опроса оказалось почти единогласный выбор в пользу текстовой коммуникации. Более 85% респондентов предпочитают написать сообщение, а не позвонить, для уточнения деталей заказа или получения консультации. Следовательно, бизнесам следует внедрять чат-боты, онлайн-консультирование, оставляя ссылки на сайтах на сторонние мессенджеры, чтобы клиенты могли без затруднения и стресса уточнять интересующие вопросы, а не искать другие компании, которые предоставляют данную возможность.

Поколение Z ценит быстроту обратной связи, поэтому новые инструменты следует внедрять качественно, чтобы ответ поступал приближенно быстро к тому, как если бы использовался телефонный звонок.

Несмотря на то, что товары и услуги активно продвигаются в социальных сетях, 84% опрошенных предпочитают искать первоначальную информацию именно на сайтах. Из этого следует, что в первую очередь сайты компаний должны привлекать потребителей, так как большая часть аудитории приходит в социальные сети после посещения сайта производителя.

На вопрос о том, что больше привлекает в рекламе, лидирует креативность контента. При этом реклама от блогеров вызывает заметно больше доверия, чем от знаменитостей (70% предпочитают рекламу от блогеров).

Поколение Z, выросшее на использовании соцсетей, отлично отличает нативную, искреннюю интеграцию у блогера от формального заказа у медийной личности. Поэтому правильно подобранная интеграция с блогером может хорошо увеличить спрос на продукцию, так как при тщательном подборе можно направить рекламу сразу на концентрированную целевую аудиторию.

Другая ключевая особенность поколения Z – это доступ к тотальной информационной открытости. В таких условиях компаниям необходимо выстраивать безупречный имидж, так как любой негативный отзыв становится обсуждаемой и может мгновенно подорвать доверие целевой аудитории. Практически половина опрошенных, а именно 49%, готовы перестать пользоваться товарами/услугами бренда, если какая-либо моральная ценность бренда будет кардинально не совпадать с их мнением. Поэтому игнорирование социальной ответственности, этики производства или публичная позиция, противоречащая убеждениям аудитории, представляет для бизнеса серьезный репутационный и коммерческий риск.

При выборе конкретного бренда помимо соотношения цены и качества зумеры выделяют постоянный положительный опыт, которым их обеспечивает бренд (38%), а также разделение ценностей, совпадающих с их собственными (24%). Интересно отметить, что почти треть опрошенных (28%) говорят о том, что они готовы приобретать незнакомый бренд, если он соответствует их идейным принципам [3].

Одно из основных отличий поколения Z проявляется в их нетерпении к неудобным интерфейсам. Подавляющее большинство готовы уделить на освоение сайта или приложения от 15 секунд до 1

минуты. Хотя представители поколения Z отлично ориентируются и приспосабливаются к новым интерфейсам, их внимание удержать достаточно сложно. Если навигация непонятна, сайт долго грузится или процесс покупки требует лишних шагов, то пользователь уйдет без сожалений, потому что производитель не сможет завладеть вниманием потенциального клиента. Поэтому бизнесы должны инвестировать свой капитал в интуитивный и быстрый пользовательский опыт, так как каждый лишний клик – это потерянные клиенты.

Анализ ответов на вопрос о выборе между ценой и гарантией качества показал, что около 75% респондентов готовы переплатить за уверенность в долговечности товара. Это свидетельствует о том, что молодёжь аккуратно относится к вопросам качества, что также говорит о том, что компания, для приобретения товара, выбирается тщательно, чтобы избежать потерь более больших сумм на повторных покупках.

Таким образом, проведенный анализ потребительских предпочтений поколения Z позволяет сделать однозначный вывод, что современная молодежь сформировала принципиально новую систему критериев выбора, которая требует от бизнеса быстрой и гибкой трансформации к коммуникации, позиционированию и разработке продуктов.

Компании, которые смогут органично интегрировать прозрачность, технологическую безупречность и смысловую наполненность в свою бизнес-модель, получат не просто потребителей, а сторонников, которые смогут защищать бизнес в цифровом пространстве.

Поколение Z активно формирует новые правила игры на рынке. Успех в ближайшем десятилетии будет определяться не бюджетами на рекламу, а способностью говорить с этой аудиторией на ее языке.

Библиографический список

1. Зависимость от лайков, тревожность, самоирония: кто такие зумеры и как они живут? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.championat.com/lifestyle/article-5879314-pokolenie-z-chto-eto-kakie-goda-harakteristika-osobennosti-problemy.html>.

2. Колчин Д.Ю. Жизненная философия поколения Z [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennaya-filosofiya-pokoleniya-z/viewer>.

3. Поколение Z слабо верит рекламе, но обращает внимание на позиционирование бренда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/pokolenie-z-slabo-verit-reklame-no-obrashchaet-vnimanie-na-pozitsionirovanie-brenda-65422.html>.

Лексика с положительной коннотацией в рекламных текстах о российских вузах

Селиверстова Е.А., аспирант

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

Аннотация. В статье рассматриваются лексико-семантические характеристики рекламных текстов о российских вузах. Проведен анализ языковых единиц, формирующих положительный образ вуза в рекламном тексте. Выявлены наиболее частотные лексемы, используемые рекламоделателями для позиционирования вуза и его продвижения в медиaprостранстве.

Ключевые слова: лексико-семантические характеристики, рекламный текст, позиционирование вуза, положительный образ вуза

Positive Connotation Vocabulary in Russian Universities Advertising Texts

Seliverstova E.A., Postgraduate Student

Pushkin State Russian Language Institute

Abstract. The article examines the lexical and semantic characteristics of Russian universities advertising texts. The analysis of linguistic units forming a positive image of the university in the advertising text is carried out. The most frequent lexemes employed by advertisers for university positioning and promotion in the media space have been identified.

Keywords: lexico-semantic characteristics, advertising text, university positioning, university positive image

Высококонкурентная среда, в которой на сегодняшний день функционируют российские вузы, обуславливает необходимость в целенаправленном конструировании и поддержании позитивного имиджа образовательного учреждения как способа усиления его привлекательности в глазах абитуриентов и других целевых аудиторий, повышения уровня доверия к вузу и востребованности реализуемых образовательных программ.

Имидж вуза – это комплексная характеристика, которая отражает совокупность представлений о вузе у различных субъектов, как внутри вуза, так и за его пределами [1]. Под положительным имиджем вуза подразумевается устойчивое, эмоционально окрашенное мнение о вузе у групп людей на основе сформированного у них образа данной организации [2].

Формирование положительного имиджа вуза происходит на основе грамотно выстроенных PR-стратегии и системы коммуникаций с разными целевыми аудиториями. Одним из инструментов формирования и транслирования имиджа вуза является реклама, представляющая собой набор мероприятий, направленных на распространение информации о вузе среди потенциальных студентов и их родителей [3].

Рекламные тексты вузов представляют собой сообщения, направленные на привлечение потенциальных студентов, формирование позитивного имиджа учебного заведения и побуждение к необходимому действию [4]. В рекламных текстах вузов зачастую делается упор на преимущества и сильных сторонах образовательной организации, присутствует сочетание логических и эмоциональных аргументов.

Одной из основных задач рекламных текстов вузов является создание и транслирование привлекательного положительного имиджа вуза. В связи с этим, создание грамотного и эффективного рекламного сообщения требует использования специальных языковых средств и конструкций, таких как оценочная лексика с положительной коннотацией, метафоры, краткие запоминающиеся слоганы и призывы.

В рекламных сообщениях вузов мы выявили ряд наиболее частотных лексемс положительной коннотацией.

1. Использование прилагательного «лучший»:

А) С целью подчеркнуть качество образования и конкурентные преимущества: *сегодня вы поступаете в лучший университет! (НГУЭУ); ВолГАУ – Лучшие традиции качества в сфере образования с 1944 года. (ВолГАУ);*

Б) Приглашение-побуждение абитуриентов вступить в круг «своих»: *С нами лучшие! (Чебоксарский кооперативный институт); Будь лучшим, учись среди лучших. Поступай в Набережночелнинский институт КФУ (КФУ); Испытай себя – поступай к лучшим! (УрГЭУ);*

В) Апелляция к перспективам: *МИСИС – в основе лучшего будущего (МИСИС).*

2. Использование существительного «будущее»: *ЮГУ – Навстречу профессиональному будущему! (ЮГУ); ДВГУПС – твой экспресс в*

будущее (ДВГУПС); *Не пропусти будущее!* (ИАТЭ НИЯУ МИФИ); *Твоя профессия – твоё надежное будущее* (ТвГУ); *Сохраняя традиции – устремлён в будущее!* (АмГУ); *Знания для нашего будущего* (Бурятская ГСХА); *Теперь мы определяем будущее!* (СИУ); *Инвестиции в ваше будущее* (ИМСГС); *В будущее – вместе...* (МСЭИ); *Классическое образование – гарант вашего будущего!* (МаГУ); *Будущее начинается сегодня* (ТГТУ); *Учись строить будущее* (МГСУ); *Уважая прошлое, творим настоящее, создаем будущее* (УУНиТ); *Организация всестороннего образования, обеспечивающая перспективное будущее* (ОмГТУ); *Образование – ваша дорога в будущее! Так пройдите ее вместе с нами!* (ЮРГУЭС); *Сеченовский Университет – Развивая традиции, создаем будущее* медицины (Сеченовский Университет); *Вуз, устремленный в будущее!* (ТИУ).

3. Использование существительного «успех» и его однокоренных слов:

А) пространственная метафора: *Путь к успеху* (МосГУ); *Движение к успеху* (ДВФУ); *Ваш путь к успешной карьере* (Международная академия бизнеса); *Путь к успеху начинается здесь!* (СПбГУЭС); *Сибирский институт управления – точка отсчета вашего успешного пути* (СИУ);

Б) выражение причинно-следственной связи: *Достойное образование – успешная карьера!* (ИПВ); *Юность и знания – гарантия успеха!* (ЮЗГУ); *Залог успеха – диплом Химтеха* (ИГХТУ); *ГУАП – залог успешной карьеры* (ГУАП);

В) обозначение кооперации и взаимодействия со студентами, комплексного подхода к обучению: *Вместе – к успеху!* (МичГАУ); *Мы готовим студентов к успеху в учебе, карьере и жизни* (ВГУЭС); *Технология успеха!* (ПНИПУ).

4. Фразы-призывы с положительной коннотацией. Наблюдается прием построения рекламного текста при помощи парцелляции, включающей слова с положительной коннотацией, а также императивные конструкции:

А) перечисление конкурентных преимуществ вуза и ценностей, сопутствующих идеям высшего образования: *Образование. Профессионализм. Карьера* (Курский ГАУ); *ГУУ. Гарантия. Уверенность. Успех* (ГУУ); *Традиции, качество, перспектива* (ПГТУ); *Опыт, качество, успех!* (МАТИ); *Инициатива, интеллект, инновации* (ОмГТУ); *УГАТУ – штурмующим, держащим, творящим* (УГАТУ);

Б) воззвание к действию, где императивные глаголы призывают к социально одобряемым поступкам: *Думай. Поступай. Делай (Томский политехнический университет); Учись. Изобретай. Живи (ГУАП);*

В) *вместе – к успеху! (МичГАУ); Учись интересно! (ЧитГУ); Sapere aude – Дерзай знать (МФТИ); Рискни стать умным! (СамГУ); Не пропусти будущее! (ИАТЭ НИЯУ МИФИ); РУДН – Открой мир в одном университете (РУДН);*

5. Использование существительного «мир»:

А) метафора для сравнения университета с целым миром, вселенной возможностей: *ТГУ – целый мир. ТГУ - мир твоих возможностей (ТГУ); УрГПУ – мир ярких возможностей, мир ярких красок, мир для тебя! (УрГПУ); РУДН – Открой мир в одном университете (РУДН); Университет МИСИС – мир, в котором мечтатели становятся создателями (НИТУ МИСИС);*

Б) *lingua facit praeceptum – Язык делает мир» (МГЛУ);*

В) ориентир на вуз = ориентир на мир: *В жизни выбери ориентир: школа – ПВГУС – весь мир! (ПВГУС); НГЛУ: пойми язык – пойми мир! (НГЛУ).*

6. Использование существительного «традиции» в сочетании с другими языковыми единицами положительной коннотации подчеркивает преемственность в образовании: *ВолГАУ – Лучшие традиции качества в сфере образования с 1944 года (ВолГАУ); Сеченовский Университет – Развивая традиции, создаем будущее медицины (Сеченовский Университет); Академические традиции, инновационные технологии (АГУ); Вековые традиции – современные технологии (РГГУ); Сохраняем и развиваем традиции русской театральной школы (ИРТ).*

Анализ рекламных текстов о российских вузах показал, что использование лексики с положительной коннотацией – достаточно распространенное явление в маркетинге высшего образования. В исследуемых рекламных текстах подобная лексика акцентирует внимание на успехе, будущем, возможностях, достижениях и карьерных перспективах, что способствует созданию привлекательного положительного образа учебного заведения и побуждению к действию, т.е. к выбору именно этого вуза для обучения.

Библиографический список

1. Резник Г.А., Ежова Ю.В. Имидж вуза: сущность и основы формирования // E-Scio. 2019. № 2 (29). С. 117–122.

2. Черникова Е.К., Антамошкина О.И. Факторы формирования положительного имиджа вуза // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2020. Т. 3. С. 109–111.

3. Дрыганова Н.Г., Амурская О.И. Имидж вуза как ключевой фактор в привлечении студентов: роль рекламы и PR // Символ науки. 2023. № 11-1-2. С. 154–156.

4. Денисова Н.В. Рекламные тексты в научно-образовательной сфере (к проблеме междискурсивных взаимодействий) // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. № 302. С. 10–13.

УДК 659. 4:070

Цифровой контент и современные речевые практики

Скрипникова Н.Н., д-р филол. наук, доцент

Воронежский государственный технический университет

Аннотация. Признавая неизбежность всеобщей информатизации и внедрения передовых компьютерных технологий в контексте современных реалий, цифровой контент стал совершенно новым продуктом, который сочетает в себе все возможности онлайн-среды, что не только меняет социальную среду и ценностные установки, но и формирует в целом систему общественного дискурса. В сфере внимания автора – вопросы формирования речевых практик под влиянием цифровых коммуникаций.

Ключевые слова: цифровой контент, речевые практики, пользователь, текст, дискурс, коммуникации

Digital content and modern speech practices

Skrpnikova N.N., Ds (Philology), Associate Professor

Voronezh State Technical University

Abstract. Recognizing the inevitability of universal informatization and the introduction of advanced computer technologies in the context of modern realities, digital content has become a completely new product that combines all the features of the online environment, which not only changes the social environment and values, but also forms a system of public discourse as a whole. The author focuses on the issues of the formation of speech

practices under the influence of digital communications.

Keywords: digital content, speech practices, user, text, discourse, communication

Современные языковые практики находятся на пересечении различных текстовых моделей, что создает особое коммуникативное пространство. Расширяется взаимодействие между различными дискурсивными моделями, соотносимыми со сферами коммуникации. Это приводит к пониманию того, что именно в дискурсе все единицы языка становятся коммуникативно значимыми. К отмеченной тенденции относится выявление новых аспектов связи между дискурсом и текстом. Коммуникационная сфера определяет характеристики текста, который выступает своеобразной надстройкой над тем или иным видом коммуникации. Их объединяет корреляция сферы употребления, в том числе в цифровых коммуникациях.

В современном обществе сложились совершенно новые модели речевого поведения, что ведет к переходу к «цифровым» формам общения. Деятельность говорящего по созданию своей речи строится в соответствии с задачами коммуникации. Контент стал совершенно новым продуктом, который сочетает в себе все возможности онлайн-среды: интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, которые заложены в саму технологию сети Интернет, что заставляет отказываться от однонаправленных способов коммуникации. В свою очередь информационное пространство Интернета представляет собой совершенно новую коммуникативную среду, со своими специфическими особенностями, которые задают векторы вовлечения субъектов общественных отношений в информационные процессы, что расширяет информационное пространство, качественно улучшая его, в том числе за счет участия пользователей интернет-ресурсов, формирующих медиаполе.

Актуален вопрос о релевантности различных видов текста для разных интернет-площадок [1-3]. Кроссплатформенное размещение контента требует создания такой модели текста, которая бы воспринималась пользователем на разных уровнях – на уровне слова, на уровне высказывания, а также целого текста. С точки зрения эффективности выбора платформы для размещения контента и его качества, позволим сделать следующие выводы: речевые образцы не должны диссонировать с контентом платформы, а размещение текста, адаптированного к выбранной интернет-платформе, позволяет выявлять

предпочтения пользователей. Данный коммуникативный подход к тексту формирует ценность контента, и в итоге определяет выбор пользователя. Также исследование подтвердило предположение о том, что цифровые речевые практики позволяют не только формировать лояльное отношение целевой аудитории, но и не терять его в предпочтениях потребителя.

В современном обществе сложились совершенно новые модели речевого поведения, само осознание «цифровой» действительности уже обуславливает отношение познающего субъекта к объектам реального мира. Сегодня деятельность говорящего по созданию своей речи в соответствии с задачами коммуникации связывают с понятиями, «язык в действии», «речевое поведение». Оригинальные речевые формы, существующие в различных сферах коммуникации, могут выступать в качестве своеобразных образцов, речевых моделей и функционировать как различные варианты речевых произведений для определенного канала, которые при общей языковой основе, отличаются и набором слов, и содержанием, и объемом, и сложностью индивидуальных правил и коннотаций. Каждый раз модель коммуникации представляет собой вновь созданный «код» конкретного речевого общения. Именно таким образом речевая коммуникация приобретает личностную определенность.

Язык в короткий срок претерпел яркие изменения как в содержательном, так и в формально-языковом плане и представляет собой практически новый тип дискурса. В настоящее время цифровые средства коммуникации, несмотря на различия, объединяются в единую систему и рассматриваются как особый тип коммуникации – дискурс, взятый в событийном аспекте; иначе – речь, «погруженная в жизнь». Вне сомнения, эти тенденции меняют и речевое поведение людей. Язык становится не только средством приобретения и передачи знаний, но и определенной «цифровой формой», которая особым дискурсивным способом формирует взаимоотношения пользователя с действительностью, то есть его индивидуальный образ воплощается в разного рода текстовых (и не только) структурах логического, психологического порядка. Новые смыслы делают контент более привлекательным, способствуют построению долгосрочных отношений с аудиторией. Это означает не только создание креативного контента, но и внедрение смыслов и ценностей в текст. Это и речевое действие, и определенная жизненная позиция. Таким образом, интерактивность и становятся инструментом для достижения более глубокого восприятия текста.

Подводя итог, следует отметить, что цифровая трансформация – это реалии сегодняшнего дня, которые необходимо учитывать. Сегодня цифровая экспликация контента, вне всякого сомнения, является средством формирования речевого поведения пользователя, в том числе.

Библиографический список

1. Алиева А. Влияние цифровых технологий на речевую культуру будущих учителей. Педагогика и психология в современном мире: теоретические и практические исследования. 2025. 4(6), 6–7.

2. Ивлев В.Ю., Куняева М.Ю. Интернет-коммуникации и трансформация речевой коммуникации в условиях информационного общества // Гуманитарный вестник. – М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2024. - 4(108).

3. Матурана У. Биология познания // Язык и интеллект. - М.: Прогресс, 1996; Maturana Humberto R. Biologieder Kognition. Padeborn, 1977.

УДК 808

Кибербезопасность как основная тема социальной рекламы в текущем году

*Тихонова О.А., канд. филол. наук
Образовательный комплекс № 1 «Лидер»*

Аннотация. В статье автором рассмотрены особенности подачи и раскрытия темы кибербезопасности в социальной рекламе. Кроме того, изучен вопрос о субъектах рекламной деятельности по противодействию мошенникам, уделено внимание жанровой специфике, способам распространения данного вида информации. В ходе анализа использовались материалы, размещенные в региональных СМИ и официальных сообществах органов государственной власти и местного самоуправления в популярных социальных сетях.

Ключевые слова: социальная реклама, кибербезопасность, видеоролик, баннер

Cybersecurity as the main topic of social advertising this year

*Tikhonova O.A., PhD (Philologic)
Educational complex No. 1 "Leader"*

Abstract. In the article, the author examines the specifics of presenting and disclosing the topic of cybersecurity in social advertising. In addition, the issue of subjects of advertising activities to combat fraud has been studied, attention has been paid to genre specifics, ways of distributing this type of information. The analysis used materials posted in regional media and official communities of public authorities and local governments on popular social networks.

Keywords: social advertising, cybersecurity, video clip, banner

СМИ, социальные сети, многочисленные офлайн-площадки (видеопанели, бегущие строки, доски визуализации) активно используют социальную рекламу. Анализ материалов, размещенных в 2025 году, свидетельствует о том, что первое место по числу роликов, баннеров, постов занимают темы, связанные со СВО и проектом «Герои Ярославии». На втором месте разместились темы, связанные с безопасностью жизнедеятельности (газ, пожар, правила ПДД). Третье же место досталось темам противодействия кибермошенничеству. В этом материале будут рассмотрены особенности подачи и раскрытия данной темы в социальной рекламе.

Причина, по которой противодействие кибермошенничеству заняло такое заметное место в СМИ, заключается в следующем: всего в 2024 году у россиян было похищено более 200 млрд рублей (+36% по сравнению с 2023 г. по данным МВД). При этом Сбербанк оценивает объем хищений еще выше – до 300 млрд рублей.

В подавляющем большинстве случаев мошенники делают ставку на методы убеждения (так называемая социальная инженерия), когда потенциальную жертву под предлогом различных сценариев (деньги в опасности, помощь в разработке преступной группировки, перезаклучение договора на телефон, пересчет пенсионных баллов и т.д.) заставляют сообщать злоумышленникам либо персональную информацию (смс-код от входа в личный кабинет банка или Госуслуг), либо передавать «курьерам» деньги и другие ценности. С помощью вирусных программ и иных способов взлома личных кабинетов банков было похищено лишь около 14% от общей суммы.

Очевидно, что проблема кибермошенничества давно приобрела общегосударственный характер и требует подключения максимального числа СМИ, коммерческих организаций, служб и ведомств.

В текущем году наиболее активными заказчиками и авторами социальной рекламы по противодействию кибермошенничеству стали

федеральные (Министерство цифрового развития, Министерство внутренних дел, Министерство финансов), региональные и муниципальные органы власти, а также прокуратура, следственный комитет, Банк России и коммерческие банки. При этом зачастую несколько организаций и ведомств сообща проводили рекламную кампанию. Так, кампания «Клади трубку» была организована Генеральной прокуратурой, МВД и Банком России.

Согласно закону о рекламе [1] СМИ должны отводить социальной рекламе не менее 5% от годового объема распространяемой ими рекламы. Данное положение на территории Ярославской области соблюдается строго, фактический объем социальной рекламы (включая информацию различных служб и ведомств) достигает 10 и более процентов.

В госпабликах ситуация иная. Поскольку они созданы для продвижения социально ориентированной информации, доля социальной рекламы в них составляет до 50%–70% от общего объема размещенных материалов. Максимальный объем такой информации наблюдается в пабликах районных администраций, домов культуры, школ и детских садов. В любом случае, говоря о социальной рекламе в СМИ Ярославской области, мы имеем дело с десятками тысяч размещений подобных материалов в год.

Основными жанрами социальной рекламы по противодействию мошенникам в этом году стали видеоролик, серия карточек, баннер, а также сочетание баннера и короткого разъясняющего текста.

Предпочтение отдавалось относительно коротким роликам хронометражем до 30 секунд для социальных сетей. Также присутствовали короткие ролики до 5 секунд без звука, адаптированные для наружного размещения (уличные экраны, видеопанели в транспорте). В этом случае ролик близок к анимированным баннерам.

Длинные ролики могли быть как бессюжетными, продвигающими текст «Мошенники могут представляться кем угодно», так и сюжетными (совместный ролик МВД, Прокуратуры РФ и Банка России «Клади трубку без разговоров»). В последнем обыграна популярность сериала «17 мгновений весны»: пожилой паре звонит мошенник, сообщающий, что их деньги в опасности. Мужчина не поддается панике и анализирует ситуацию, превращаясь в разведчика, в образе которого угадывается Штирлиц, и прекращает разговор. Стилизация под ретро и аллюзии на советский сериал указывают на целевую аудиторию ролика – старшее поколение.

Популярность некоторых схем мошенников (звонок от следователя, представителя Центробанка и т.д.) заставляет сценаристов принимать нетривиальные меры. Так, руководитель службы по защите прав потребителей Банка России Михаил Мамута снялся в ролике (рис. 1), где объяснил, что Центробанк не звонит напрямую гражданам и не просит перевести сбережения на безопасный счет. Использование в роликах топ-менеджеров пока является редким примером.

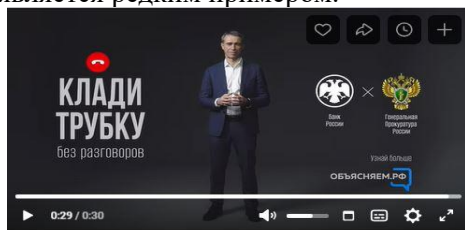


Рисунок 1. Видеоролик «Клади трубку»

Карточки являются жанром, который позволяет наиболее полно описать как проблему мошенничества, так и способы противодействия ей. Если ролик обыгрывает одну ситуацию, баннер дает общий совет, то карточки могут разбирать несколько связанных сценариев достаточно подробно. Так, в материале «Мошенники вербуют детей в интернете» Альянса по защите детей в цифровой сети разобраны как приемы злоумышленников, которые просят детей передать им данные личных кабинетов банков у их родителей, так и варианты вербовки подростков в дропперы (лица, помогающие мошенникам: передают банковские счета для вывода средств, выступают курьерами и т.д.).

Баннер является самой массовой формой социальной рекламы, позволяющей в максимально короткой и ясной форме донести главную мысль: «Клади трубку» (просто не вступай в общение с незнакомыми по телефону), «Не дай себя обмануть. Не становись предателем», «Не выполняй никаких действий, направленных на подрыв безопасности страны», «Не передавай личные данные» (рис. 2) и т.д. Достоинством данной формы коммуникации является ее унифицированность: она подходит как для размещения на видеопанелях, в соцсетях, так и для печатной агитации (информационные стенды, листовки и т.д.).

Баннер с разъясняющим текстом - наименее распространенная форма коммуникации по данной теме, используемая исключительно в социальных сетях. Она является гибридом: баннер и текст вместе позволяют создать яркую и информативную коммуникацию, а также решают одну из значимых проблем – поиск иллюстрации. Проблема

актуальна, т.к. в большинстве площадок госпабликов (муниципальные образования, бюджетные организации и т.д.) отсутствуют выделенные администраторы, а у работников, на которых возложены эти обязанности, зачастую нет знаний и времени на поиск иллюстрации.



Рисунок 2. Баннер «Не передавай личные данные!»

Несмотря на то, что аналитические и информационные статьи и посты распространены значительно меньше, они являются важным звеном в просвещении населения. Как правило, информационные статьи строятся по простой схеме: происшествие + полезная информация. Это дает возможность на конкретных примерах показывать, что делать нельзя: человек сообщил смс-код от входа в личный кабинет Госуслуг, и это позволило мошенникам в дальнейшем завладеть средствами жертвы.

Таким образом, в ходе анализа материала были установлены основные способы подачи информации о кибермошенничестве в социальной рекламе текущего года.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 31.07.2025).

Секция 4. Социально-экономические проблемы общественного развития

УДК 323.2

Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества

Габайдулин Р.В., ассистент

Вечеркова Д.В., студент

Ярославский государственный университет им П.Г. Демидова

Аннотация. Демография оказывает прямое влияние на такие сферы жизни общества, как: экономическая, социальная и политическая, ведь население является важным фактором, на основе которого строится и развивается государство. В этой статье представлены вопросы, которые касаются демографической ситуации Ярославской области за последние несколько лет в социальной и экономической сферах. Также выделяются проблемы численности населения и возможные методы их решения.

Ключевые слова: рождаемость, естественная убыль, смертность, демографическая политика

The impact of demography on socio-economic problems societies

Gabaydulin R.V., assistant

Vecherkova D.V., student

Yaroslavl State University named after P.G. Demidov

Abstract. Demography has a significant impact on the spheres of society, because the population is an important factor on the basis of which the state is built and developed. This article presents issues related to the demographic situation of the Yaroslavl region over the past few years in the social and economic spheres. It also describes the reflection of problems with the number of people and possible methods of solving them.

Keywords: birth rate, working-age population, mortality, demographic policy

Основу страны составляет население: люди, без которых такая сложная система, как государство, престала бы иметь какой-либо смысл. Общество, являясь динамичной системой, находится в постоянном развитии, в связи с этим органы власти сталкиваются с трудностями в различных сферах общественной жизни: политической, духовной, социальной и экономической. Обращаясь к последним двум областям, можно выделить несколько социально-экономических проблем, с которыми государство борется уже на протяжении длительного времени: безработица, бедность, проблемы с доступом к образованию и др. Демографическая ситуация тоже относится к данному направлению, ведь именно население в значительной степени влияет на экономический рост, представляя собой трудовые ресурсы, которые обеспечивают развитие экономики.

Ярославская область занимает 61-е место по площади, которая составляет 36,2 тыс. кв. км. Численность населения на 2025 год составляет - 1180174 человека. Несмотря на это число, регион на данный момент сталкивается с убытком населения, т.е. с демографическим кризисом. С такой проблемой сталкивается не только Ярославская область, но и множество других регионов по всей стране [2].

Тенденция демографического кризиса прослеживается уже не один год, согласно данным Росстата начиная с 2024, за последние семь лет население в Ярославской области сократилось больше чем на 64 тысячи человек. Естественная убыль на 2021 год, при общей численности жителей региона примерно в 1,19 млн человек, составила 14,8 тыс. человек, в 2022 году – 10,1тыс. На 2023 год смертность населения стала намного меньше – 8,6 тыс., но на 2024 вновь возросла. Цифра, которая отражает естественную убыль 2024 выросла на 1242 человека и составила 9794 [3].

Опираясь на приведенную ранее информацию, можно сделать вывод о том, что естественная убыль больше всего прослеживалась в 2021 году. Такой большой скачок был обусловлен рядом причин, связанных с переездом населения в другие места, либо с довольно быстрым уходом людей из жизни.

Углубляясь в тему демографии, стоит выделить одну из главных ее составляющих – рождаемость. Как говорилось ранее, общество является важным элементом в экономической деятельности. Именно оно представляет собой основную рабочую силу,двигающую государство вперед. Поскольку в мире нет вечных ресурсов, в том числе и трудовых, необходимо стимулировать рост рождаемости населения для будущего развития страны.

В Ярославской области в 2023 году родилось 9026 детей, а в 2024 году – 8471, что отражает заметное снижение рождаемости среди населения региона на 555 человек. С помощью этих данных мы можем предположить, что рождаемость снизилась по нескольким причинам: повышенное количество населения, страдающего бесплодием; неблагоприятные условия для воспитания детей; недостаток денежных средств для материального поддержания семьи и т.д. [4].

При этом смертность общества данного региона в значительное количество раз превысила рождаемость. В 2024 году умершее население составило 18256 человек. Это почти в 10 тысяч раз больше репродуктивности общества Ярославской области в 2023 году [5].

Демографическое старение населения и снижение рождаемости привели к тому, что пенсионный возраст россиян был повышен на 5 лет для стабилизации данной системы. Согласно пенсионным реформам, для женщин возраст перешел с 55 до 60 лет, а для мужчин – с 60 до 65 лет. Данные изменение были введены государством в экономических целях: увеличение продолжительности трудовой деятельности и сокращение дефицита рабочей силы.

Государство сталкивается со многими проблемами в социально-экономической сфере жизни общества, которые требуют незамедлительного решения. Во время третьего этапа демографической политики в 2011 году президентом Д.А. Медведевым был введен региональный материнский капитал. После данного постановления в Ярославской области денежная выплата назначалась семье за каждого третьего и последующего рожденного (усыновленного) ребенка при условии постоянного проживания на территории Ярославской области в течение полутора лет со дня рождения (усыновления) ребенка.

В соответствии с Социальным кодексом Ярославской области семьи, воспитывающие детей, имеют право на получение:

1. Социальной услуги по лекарственному обеспечению в соответствии со статьей 59 Кодекса.

2. Социальной услуги по оказанию бесплатной юридической помощи в соответствии со статьей 69 Кодекса (для детей, содержащихся в учреждениях системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних).

3. Ежемесячной выплаты на содержание ребенка, находящегося под опекой (попечительством), в соответствии со статьей 81 Кодекса (для детей, оставшихся без попечения родителей, находящихся под опекой или попечительством).

4. Ежемесячной выплаты на ребенка-инвалида в соответствии со статьей 89 Кодекса (кроме детей из приемных семей) и т.д. [1, с. 13].

На 2024 год Ярославская область заняла 29 место в рейтинге по качеству жизни в России. С помощью развития машиностроения, химической и нефтехимической промышленности, а также пищевой промышленности регион имеет возможность и дальше продолжать свое экономическое развитие и поддерживать население.

На основе приведенных выше данных мы можем сделать вывод о том, что политические возможности, связанные с демографией, включают в себя влияние на процессы рождаемости, смертности и миграции через демографическую политику, направленную на решение социальных,

экономических и политических задач. Уже к реализованным властями Ярославской области задачам демографической политики можно отнести:

1. Реализация программы материнского капитала, который в Ярославской области на 2025 год составил 690 тыс. руб. Этот комплекс мер является для семей самой эффективной государственной поддержкой, ведь данная выплата способствует улучшению жилищных условий, возможности оплаты образования детей и т.д.

2. Оказание государственной поддержки молодым семьям Ярославской области в приобретении/строительстве жилья. Решение жилищной проблемы молодых граждан позволяет создать условия для формирования экономически активного слоя населения и т.д.

Из предполагаемого комплекса мер по достижению целей в демографической политике можно выделить:

1. Развитие и обеспечение доступности медицинской помощи в труднодоступных районах центра, например: Пошехонье, Некоуз.

2. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса в северных и северо-западных районах области, которые являются экономически неблагополучными.

3. Усиление внимания на привлечение трудоспособного населения из других регионов страны и за ее пределами и т.д.

Приведенный комплекс мер будет способствовать развитию Ярославской области и улучшению качества жизни в регионе. При этом игнорирование демографических проблем и вопросов управления социально-демографической политикой может привести к увеличению доли пожилого населения, к неравенству/бедности и к снижению устойчивости пенсионной системы.

Библиографический список

1. Региональный закон от 16.12.2008 № 65-з (в ред. От 01.07.2025) «Социальный кодекс Ярославской области».

2. Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества [Электронный ресурс]. URL: https://пуни.рф/Ярославская_область.

3. Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества [Электронный ресурс]. URL: <https://76.rosstat.gov.ru/folder/225859>.

4. Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества [Электронный ресурс]. URL: <https://76.ru/text/gorod/2024/10/28/74245010/>.

5. Влияние демографии на социально-экономические проблемы общества [Электронный ресурс]. URL: <https://yarcube.ru/newsletter/yaroslavtsev-stalo-menshe10062025/>.

УДК 366.01

Экономические эффекты медицинского страхования пенсионеров

Илиндеева М.В., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Старение населения – глобальный тренд, который ставит перед странами вызов: как обеспечить доступное медицинское обслуживание пенсионерам, не перегружая бюджеты и сохраняя качество жизни этой уязвимой группы. Статья исследует прямые и косвенные экономические последствия внедрения медицинского страхования для пенсионеров. Автор показывает, что эффективное страхование пенсионеров не только улучшает их здоровье, но и снижает долгосрочные издержки для государства.

Ключевые слова: медицинское страхование пенсионеров, социальная защита, расходы на здравоохранение, демографическое старение

Economic effects of health insurance for retirees

Ilindeeva M.V., Lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. Population aging is a global trend that poses a challenge for countries: how to provide affordable healthcare to retirees without overburdening budgets and maintaining the quality of life of this vulnerable group. This article examines the direct and indirect economic consequences of introducing health insurance for retirees. The author demonstrates that effective insurance for retirees not only improves their health but also reduces long-term costs for the state.

Keywords: health insurance for pensioners, social protection, health care costs, demographic aging

В мире, где каждый пятый человек старше 60 лет, пенсионеры становятся одной из самых больших групп потребителей медицинских услуг. По данным Всемирной организации здравоохранения, к 2050 году количество людей старше 65 лет вырастет до 1,6 миллиарда [1], и большинство из них будет нуждаться в регулярной медицинской помощи. Для многих из них доступ к качественному лечению зависит от медицинского страхования – финансового механизма, который перераспределяет риски и делает заботу о здоровье доступной. Но экономическая целесообразность таких программ долгое время оставалась под вопросом: стоит ли государству инвестировать в страхование пенсионеров, если это увеличивает бюджетные расходы? Или же долгосрочные выгоды – снижение расходов на экстренное лечение и повышение продолжительности трудовой жизни – перевешивают краткосрочные затраты?

Рассмотрим пример Германии, где с 1883 года действует обязательное медицинское страхование для всех граждан, включая пенсионеров. По данным Федерального ведомства здравоохранения ФРГ, пенсионеры, покрытые страховкой, тратят на лечение на 30% меньше из своих сбережений, чем те, кто не имеет страховки. Более того, благодаря профилактическим программам (например, бесплатные медицинские осмотры раз в год) уровень госпитализаций среди пенсионеров снизился на 18% за последние 10 лет. Это привело к экономии для государства: расходы на лечение пенсионеров в Германии выросли только на 5% за тот же период, в то время как в странах без универсального страхования они увеличились на 25%.

Почему так происходит? Ответ кроется в экономической теории человеческого капитала: здоровье пенсионера – это актив, который приносит доход (например, возможность работать после выхода на пенсию) и снижает издержки для общества. Медицинское страхование помогает сохранить этот актив: оно покрывает расходы на лечение, позволяет пенсионерам раньше обращаться к врачу и избегать дорогих осложнений. Кроме того, страхование снижает «моральный риск» – ситуацию, когда люди злоупотребляют медицинскими услугами, зная, что платит не они. Но для этого страхование должно быть универсальным и доступным: если пенсионеры не могут позволить себе премии, они отказываются от страховки, и риск перераспределяется на государство.

В России проблема особенно остра: по данным Пенсионного фонда, 55% пенсионеров не имеют добровольного медицинского страхования. Это означает, что большинство из них вынуждены оплачивать лечение из

своих пенсий, которые в среднем составляют 18 тысяч рублей в месяц. По расчетам НИУ ВШЭ, расходы на лечение незастрахованных пенсионеров составляют 12% от их ежемесячного дохода – это существенная нагрузка, которая снижает их способность потреблять и участвовать в экономике.

Чтобы понять экономические эффекты медицинского страхования пенсионеров, нужно разделить их на прямые и косвенные. Прямые эффекты – это снижение расходов для пенсионеров (меньше трат на лечение) и для государства (меньше выплат по социальному обеспечению). Косвенные – это повышение трудовой активности пенсионеров (если они здоровы, они могут продолжать работать), снижение нагрузки на семьи (родственники не вынуждены тратить сбережения на лечение родителей) и улучшение качества жизни, что ведет к более активному участию в общественной жизни.

Рассмотрим кейс Японии, где медицинское страхование пенсионеров интегрировано с системой долгосрочного ухода. По данным Министерства здравоохранения Японии, пенсионеры, покрытые такой системой, тратят на уход на 40% меньше, чем те, кто не имеет страховки. Это позволило сократить расходы государства на долгосрочный уход на 22% за 10 лет. Кроме того, интеграция медицинского и долгосрочного ухода улучшила координацию услуг: врачи и сиделки работают вместе, что снижает вероятность повторных госпитализаций.

Но не все программы страхования пенсионеров успешны. В США MedicarePart B, который покрывает амбулаторное лечение для пенсионеров, сталкивается с проблемой роста расходов. По данным Конгресса США, расходы на Part B выросли на 40% за последние 5 лет из-за увеличения числа пенсионеров и дорогих лекарств. Это связано с тем, что программа не включает достаточных мер по профилактике: пенсионеры обращаются к врачу только тогда, когда заболевание уже запущено, что увеличивает расходы.

Проблема российского медицинского страхования пенсионеров – низкий охват добровольного страхования. Почему пенсионеры не покупают страховки? Большинство из них считают премии слишком высокими, часть – не доверяют страховым компаниям, а кто-то и вовсе не понимает, как работает страхование. Это приводит к тому, что большинство пенсионеров остаются без защиты: если они заболевают, они вынуждены платить из своих сбережений или обращаться за помощью к государству.

Путь к решению этой проблемы – создание универсального медицинского страхования для пенсионеров с субсидиями для

малоимущих. Например, в Германии пенсионеры с доходом ниже определенного уровня получают субсидии, которые покрывают до 50% премии. Это позволило довести охват страховкой до 95% пенсионеров. В России такой подход мог бы увеличить охват добровольного страхования: если субсидировать 30% премий для пенсионеров с доходом ниже среднего, охват вырастет до 70% за 5 лет.

Еще один важный элемент – профилактические программы. По данным ВОЗ, каждый рубль, вложенный в профилактику, экономит 5 рублей на лечении в долгосрочной перспективе. В России можно внедрить бесплатные медицинские осмотры для пенсионеров, программы по контролю хронических заболеваний (например, диабета или гипертонии) и обучение здоровому образу жизни. Это снизит количество госпитализаций и расходы на лечение.

Цифровизация также может помочь. Например, в Сингапуре система MedishieldLife, обязательное медицинское страхование для всех граждан, включая пенсионеров, использует цифровые платформы для управления полисами, оплаты услуг и общения с врачами. Это сократило административные расходы на 20% и улучшило доступ к услугам. В России можно внедрить аналогичную систему: пенсионеры смогут оформлять страховку онлайн, отслеживать расходы и получать консультации врачей через мобильное приложение.

Перспективы медицинского страхования пенсионеров связаны с инновациями. Например, социальные облигации – инструмент, при котором инвесторы финансируют социальные программы, а государство возвращает им деньги с доходом, если программа успешна. Это может помочь привлечь частные инвестиции в медицинское страхование пенсионеров. Кроме того, персонализированные страховые продукты – например, полисы, адаптированные под здоровье конкретного пенсионера – могут снизить расходы и повысить доступность.

Экономические эффекты медицинского страхования пенсионеров многогранны: они улучшают здоровье пожилых людей, снижают расходы для государства и поддерживают устойчивость экономики. Успех программ зависит от универсального охвата, субсидий для малоимущих и профилактических мер. Как показывает опыт Германии и Японии, такие программы не только экономят деньги, но и повышают качество жизни пенсионеров, что важно для социальной стабильности.

Для России это означает необходимость пересмотра подхода к медицинскому страхованию пенсионеров: переход от добровольного к обязательному покрытию, введение субсидий и фокус на профилактике.

Как сказал один из пенсионеров в интервью для исследования ВШЭ, «если бы у меня была страховка, я бы не боялся обращаться к врачу. Сейчас я откладываю лечение, потому что не хочу тратить пенсию». Это голос миллионов пенсионеров, и он подчеркивает, что медицинское страхование – не просто финансовый механизм, а инструмент для сохранения достоинства и качества жизни.

Перспективы у таких программ есть, если страны готовы инвестировать в устойчивое старение. И тогда медицинское страхование пенсионеров станет не только экономически выгодным, но и социально справедливым решением для глобального вызова старения населения.

Библиографический список

1. Доля россиян старше 60 лет к 2030 году превысит 25% [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/society/26/09/2025/68d6dfdd9a79472452adde84>.

УДК 330.101

Семья как основа патриотического воспитания при изучении курса «Основы российской государственности»

Любимовская Г.В., преподаватель

Ярославский государственный медицинский университет

Аннотация. В статье автором анализируется нормативно-правовая база патриотического воспитания в России, изучается роль семьи и связь поколений при формировании патриотизма, выявляется осведомлённость обучающихся о традиционных праздниках России и значимость их для студентов высших учебных заведений. Данные социологических исследований, проведённых автором, как преподавателем курса «Основы Российской государственности» позволяют сделать вывод о том, как современные студенты воспринимают и осмысливают традиционные праздничные даты России, какое место эти праздники занимают в их ценностной иерархии.

Ключевые слова: патриотизм, национальные традиции, традиционные ценности, историческая память, семья

Family as the basis of patriotic education in the course «Fundamentals of Russian statehood»

Abstract. In this article, the author analyzes the legal and regulatory framework for patriotic education in Russia, examines the role of the family and intergenerational connections in the formation of patriotism, and identifies the awareness of students about traditional Russian holidays and their significance for university students. The data from the author's sociological research as a lecturer in the course "Fundamentals of Russian Statehood" provide insights into how modern students perceive and understand traditional Russian holidays and their place in their value hierarchy.

Keywords: patriotism, national traditions, traditional values, historical memory, family

Патриотическое воспитание в России представляет собой систематическую деятельность, направленную на формирование у граждан чувства любви к Родине, готовности к её защите, уважения к историко-культурному наследию и осознания гражданской ответственности. Теоретическая база этого процесса опирается на государственную политику, педагогические концепции и социокультурные традиции.

Патриотизм трактуется как сложный социокультурный феномен, сочетающий эмоциональную привязанность к Родине, знание её истории и активную гражданскую позицию. В контексте государственной политики ключевыми документами являются программа «Патриотическое воспитание граждан РФ» [1] и указы Президента, подчеркивающие роль образования в формировании национального самосознания. Федеральный закон «Об образовании в РФ» [2] закрепляет воспитание гражданственности и патриотизма как приоритет образовательной деятельности. Патриотическое воспитание должно базироваться на принципах преемственности традиций, критического осмысления истории и уважения к многообразию культур народов России. В Указе Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» говорится, что «... Целями государственной политики по сохранению и укреплению традиционных ценностей являются: а) сохранение и укрепление традиционных ценностей, обеспечение их передачи от поколения к поколению...» [3]. А в Указе Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О

Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» патриотизм относится к традиционным духовно-нравственным ценностям [4].

Патриотизм – это не только знание истории и государственных символов, но и чувство сопричастности к судьбе страны, которое формируется с детства. Семья играет ключевую роль в передаче ценностей, традиций и исторической памяти.

Изучение основ российской государственности – это не просто академическая задача, но и важный шаг в формировании гражданской позиции. Через понимание истории и правовых основ студенты учатся ценить достижения прошлого и осознают свою ответственность за будущее страны.

Семья играет ключевую роль в формировании патриотизма. Именно здесь, через семейные истории, традиции и личный пример, ребёнок впервые узнаёт, что значит быть частью своей страны. Преемственность поколений делает историю не просто набором фактов, а живым опытом, который передаётся из поколения в поколение. С самого раннего возраста ребёнок узнаёт о своей стране через рассказы родителей, семейные праздники и традиции. Например, празднование Дня Победы, посещение памятных мест или участие в таких народных обрядах как Масленица, Рождество Христово и др. формируют эмоциональную связь с Родиной. Дети копируют поведение взрослых. Уважительное отношение родителей к государственным символам: флагу, гербу, гимну России, активное участие в общественной жизни и интерес к истории является основой для формирования патриотизма у ребёнка.

Практически в каждой семье есть участники Великой Отечественной войны, те, кто оставил после себя рассказы, письма, фотографии, воспоминания... Рассказы о прадедах, участвовавших в войнах, трудившихся на благо страны или переживших исторические кризисы, делают историю личной и близкой. Это помогает детям понять, что они часть большой истории. Фотографии, письма, награды, документы – это материальные свидетельства связи семьи с историей государства. Работа с такими архивами может стать мощным инструментом патриотического воспитания. Семейная историческая память – это не просто рассказы о прошлом, но и мощный инструмент формирования патриотизма. Когда ребёнок узнаёт, что его прадед воевал на фронте или бабушка пережила блокаду Ленинграда, история становится личной и эмоционально насыщенной. Семейные архивы (фотографии, письма, награды) превращаются в живые свидетельства связи семьи с судьбой страны.

Старшие поколения делятся своими воспоминаниями о ключевых событиях в истории страны. Это и участие родителей, дедов и прадедов в различных войнах, и переживание ими реформ, кризисов... Всё помогает молодым людям понять, как их семья переживала трудности и вносила вклад в развитие страны. Вместе с этим к молодому поколению приходит осознание того, что благополучие страны зависит от каждого и начинается с семьи. Через рассказы о жизни предков дети учатся ценить труд, понимают, что такое жертвенность и ответственность. Преемственность поколений – это не просто передача знаний, но и формирование ответственности за будущее страны. Когда ребёнок слышит, как его дед восстанавливал страну после войны или как родители переживали трудности 1990-х годов, он начинает понимать, что благополучие государства зависит от усилий каждого.

Изучение основ российской государственности – ключевой элемент сохранения молодыми людьми связи с национальными корнями, осознания своей роли в истории и будущем страны, оно позволяет понять, как формировались ценности, традиции и институты государства. Однако эффективность патриотического воспитания во многом зависит от семьи – первого источника знаний о культуре, истории и традициях. Именно в семье ребёнок впервые узнаёт, что значит быть частью своей страны, через семейные истории, праздники и личный пример родителей.

Автором, в процессе преподавания курса «Основы российской государственности», был проведён небольшой социологический опрос обучающихся. Было предложено дать ответы на следующие вопросы:

1. Знаете ли Вы историю своего рода?
2. Знаете ли Вы о военных подвигах прадедушек и прабабушек?
3. Отмечаете ли Вы традиционные российские праздники, такие как
 - а) Новый год?
 - б) День России?
 - в) Международный женский день?
 - г) День защитника Отечества?
 - д) Масленица?

4. Как Вы относитесь к празднованию в России Дня святого Валентина?

По результатам анкетирования установлено: среди обучающихся наблюдается недостаточно высокий уровень осведомленности о традиционных праздниках различного исторического происхождения и отсутствие должного интереса в их праздновании.

К сожалению, в современном мире связь между семейным воспитанием и образованием часто ослабевает. Занятость родителей, цифровизация и изменение ценностей приводят к тому, что патриотическое воспитание становится формальным. Чтобы преодолеть этот разрыв, необходимо активно вовлекать семьи в образовательный процесс. Например, в процессе изучения курса предложить обучающимся эссе на следующие темы: «Как ваша семья повлияла на ваше отношение к истории России?», «Семейные истории о войне: что я узнал от своих предков?», «Что для меня значит быть патриотом своей страны?» «Как я могу передать историю своей семьи своим детям?» «Семейные ценности в эпоху глобализации» или предложить практическое задание «Изучите семейный архив и найдите связь вашей семьи с ключевыми событиями истории нашей страны», а также принести семейные документы и обсудить их значение.

Библиографический список

1. Государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2021–2025 годы».
2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в ред. от 31.07.2025).
3. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».
4. Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

УДК 336.74

Цифровой рубль как полноценное средство платежа

Кваша В.А., канд. экон. наук, доцент

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрен цифровой рубль как новая форма денег и средство платежа, основные направления его применения и механизм внедрения в банковскую систему.

Ключевые слова: деньги, цифровой рубль, средство платежа, электронный кошелек

Digital ruble as a full-fledged means of payment

Kvasha V.A., PhD (Economics), Associate Professor

Yurchenko A.V., PhD (Military), Associate Professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors examine the digital ruble as a new form of money and means of payment, the main areas of its application and the mechanism for its implementation in the banking system.

Keywords: money, digital ruble, means of payment, electronic wallet

Цифровой рубль — это новая форма российской национальной валюты в дополнение к существующим наличной и безналичной формам. Он не отменяет и не заменяет их. Возможность совершения операций с цифровыми рублями станет важнейшей новацией в сфере денежного обращения, платежей и расчетов. Россияне сами будут решать, какой способ расчетов им комфортнее - наличный, безналичный или цифровым рублем при этом задача Центрального банка – обеспечить людям возможность выбора.

Предстоящее массовое внедрение в России цифрового рубля – одна из наиболее обсуждаемых среди россиян тем, связанных с развитием финансовых технологий.

С 1 сентября 2026 года цифровой рубль станет полноценным средством платежа. Федеральный закон от 23.07.2025 № 248-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» был принят 15 июля Государственной Думой, 16 июля одобрен Советом Федерации и 23 июля 2025 года подписан Президентом Российской Федерации. Новый закон вступит в силу 1 сентября 2026 года.

На начальном этапе реализации закона крупнейшие банки должны будут первыми предоставить своим клиентам возможность пользоваться цифровыми рублями: открывать счета, делать переводы, оплачивать покупки и услуги, а также совершать другие операции. Поэтапно до сентября 2028 года такая обязанность появится у всех банков.

Торговые компании, которые являются клиентами крупнейших банков и выручка которых за прошедший год превышает 120 млн рублей, также должны будут обеспечить возможность оплаты товаров и услуг цифровой формой национальной валюты с 1 сентября 2026 года.

Банки с универсальной лицензией и их клиенты — торговые компании с годовой выручкой свыше 30 млн рублей — должны будут начать работать с цифровыми рублями с 1 сентября 2027 года. Остальные банки и продавцы с выручкой менее 30 млн рублей в год — с 1 сентября 2028 года. Обязанность принимать оплату цифровыми рублями не будет распространяться на торговые точки, чья выручка за год составляет менее 5 млн рублей [1].

Технически цифровой рубль представляет собой уникальный цифровой код, который будет храниться в виде записей в электронных кошельках клиентов. Сами эти кошельки, в свою очередь, хранятся на платформе цифрового рубля — специальной инфраструктуре, которую создает Центральный банк (ЦБ). Это одно из основных отличий цифровых от безналичных денег, которые находятся, как правило, на счетах в коммерческих банках.

Цифровой рубль — не классическая криптовалюта, а так называемая цифровая валюта центробанков (ЦВЦБ, или CBDC). Главное их отличие от крипты в том, что у них, как и у традиционной валюты, есть центр эмиссии. То есть, как и привычные рубли, выпускать цифровые имеет право только российский ЦБ.

Изначально регулятор рассматривал несколько моделей внедрения цифрового рубля. В итоге остановился на двухуровневой розничной схеме. Первый уровень — это ЦБ, который запускает платформу цифрового рубля, проводит его эмиссию и открывает электронные кошельки для банков и финансовых посредников. Когда банку нужны цифровые рубли, он запрашивает у ЦБ их эмиссию. Тот списывает безналичные средства со счета кредитной организации и переводит их в цифровой формат на ее электронный кошелек.

На втором уровне уже сами банки выступают как посредники для физических и юридических лиц. Они будут открывать и вести для них электронные кошельки, проводить операции и т.п. Во многом эта модель схожа с той, что реализует Китай с цифровым юанем.

На этом уровне взаимодействие должно выглядеть так:

- через приложение любого банка, чьими услугами пользуется, клиент регистрируется на платформе цифрового рубля и открывает электронный кошелек; при этом неважно, через какой именно банк

человек подключился к системе; в дальнейшем заходить в электронный кошелек и пользоваться цифровыми рублями он также сможет через приложение любого удобного ему банка;

- дальше он направляет кредитной организации заявку на пополнение этого кошелька;

- кредитная организация списывает часть его безналичных средств, а затем со своего электронного кошелька переводит цифровые рубли на кошелек клиента [2].

На практике весь этот процесс должен занимать совсем мало времени.

Рассчитываться цифровыми рублями можно будет как онлайн, так и офлайн — при отсутствии интернета. Однако по сравнению с более ранними концепциями в принятом законе есть существенный момент. В местах без интернета и связи торговые объекты не обязаны принимать цифровые рубли. Также не обязаны будут их принимать продавцы с выручкой меньше 5 млн рублей в год.

Оплата покупки при наличии интернета во многом выглядит так же, как сейчас оплата по QR-коду. Для этого клиенту через мобильное приложение банка нужно будет считать QR-код (или другой идентификатор) товара и подтвердить оплату со своего кошелька.

Для офлайн-покупок клиенту будет открыт второй кошелек — непосредственно на мобильном устройстве. Дальше пользователь должен будет заранее сохранить на этом втором кошельке нужное количество цифровых рублей. По сути, точно так же, как сейчас приходится запасаться наличкой, если вы отправляетесь туда, где не принимают банковские карты. Очевидно, если на офлайн-кошельке цифровых денег нет, то и расплатиться без интернета не получится.

Цифровой рубль — это просто еще одна форма платежного средства, а не специальный банковский продукт. Учитывая, что все цифровые кошельки будут храниться на платформе Центрального банка и именно он будет нести ответственность за их сохранность, можно рассматривать такой рубль как более надежное средство хранения, нежели наличность под матрасом. Но в качестве источника дополнительного дохода инструмент рассматривать точно не стоит.

Впрочем, в Банке России не исключают, что для повышения интереса к расчетам в цифровых рублях гражданам будут предлагаться некоторые преференции или скидки по аналогии с Системой быстрых платежей. Но заниматься этим будет не государство в лице ЦБ, а игроки розничного рынка. Также не будет и никакой комиссии при переводе денег из одной

формы в другую: цифровой рубль должен стать третьей формой денег наравне с привычными наличными и безналичными рублями. И все формы будут равноценными: один цифровой рубль будет равен одному наличному и одному безналичному.

ЦБ не ставит задачу сделать цифровой рубль самой популярной формой денег. В первую очередь он должен стать удобным для россиян. А те уже сами выберут, что им подходит больше, как это, например, было с безналичными расчетами.

Центробанк так объяснил, зачем вводит цифровой рубль:

- он сделает платежи еще проще, быстрее и безопаснее;
- станет стимулом для «инноваций как в сфере розничных платежей, так и в других сферах и поддержит развитие цифровой экономики, а уменьшение зависимости пользователей от отдельных провайдеров повысит устойчивость финансовой системы страны»;
- проект нацелен на дальнейшее сокращение доли наличных денег в экономике [2].

Кроме того, в силу специфики цифрового рубля все операции с ним для ЦБ будут полностью прозрачны. Это, по мнению рыночных игроков, поможет при расчетах по госконтрактам — власти смогут легко отслеживать, что все деньги пошли на целевые расходы. Также это упростит восстановление прав владельца цифровых рублей в случае их утраты или хищения.

Однако нововведение цифровой валюты сопряжено с серьезными рисками для традиционной банковской системы.

Цифровой рубль – это одна из форм рубля, соответственно, у нас раньше рубль был в наличной форме или в безналичной (в виде средств на счетах в банках). Соответственно, банки ими пользовались, платили по счетам проценты, они использовали эти средства для выдачи кредитов. Если мы введем цифровой рубль в такой системе, то часть пассивов у банков исчезнет. Таким образом, цифровой рубль не только заменит наличные деньги, но и лишит частные банки базы для их деятельности, тех доходов, которые они получали, например, от осуществления платежей.

Еще стоит сказать, что в результате введения цифрового рубля деньги потеряют свою анонимность. Каждая денежная операция будет четко отслеживаться. Тем самым исчезает традиционное преимущество наличных денег. С этой точки зрения обычным гражданам не совсем понятно, зачем вводится цифровой рубль, они чувствуют

неопределенность, что не очень хорошо в нынешних условиях, когда уровень неопределенности и так существенно повысился.

Вместе с тем есть действительно очень важная сторона цифровых денег в современных условиях для России – возможность их использования в международных валютных операциях. Если ряд стран вводит цифровые валюты центральных банков (подобно нашему цифровому рублю), то они могут осуществлять взаимные международные расчеты без использования существующей монопольной финансовой инфраструктуры, напрямую. Но для этого требуется сопряжение платформ цифровых валют. Таким образом страны в международных расчетах смогут избавиться от ограничений и издержек, связанных с санкциями, усилить собственную экономическую безопасность. Раньше страны не стремились осуществлять расчеты в национальных валютах как раз из-за высокой стоимости таких операций, дешевле было использовать существующие схемы. Цифровые валюты могут помочь им снизить эти издержки. Однако, при этом требуется, чтобы цифровые валюты ввели несколько государств-экономических партнеров и согласовали между собой их инфраструктуру [3].

В настоящее время Банк России проводит пилотный проект по использованию цифрового рубля при финансировании капитального строительства. Это даст возможность проследить в бюджете, что деньги тратятся именно на покупку оборудования или строительные работы.

Основная цель внедрения цифрового рубля — прослеживаемость и более строгий, превентивный контроль, а не последующий. Это ключевой момент. При этом принципиально важно не навязывать цифровой рубль участникам бюджетной системы, а предложить его как альтернативу. Цифровой рубль в целом позволяет отследить целевое расходование бюджетных средств.

Библиографический список

1. Массовое внедрение цифрового рубля начнется 1 сентября 2026 года [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=25772>.
2. Мазин Е., Самедова Е. Цифровой рубль все ближе: когда россияне смогут им расплачиваться и что это за инструмент? [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/24521603>.
3. Головин М. цифрового рубля пока еще никто не видел [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20250908/golovnin-2040357876.html>.

Оценка экономического потенциала Ярославской области и перспективы его реализации

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Невидина В.С. студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В работе рассмотрены основные особенности социально-экономического положения Ярославской области в современных условиях. Дана оценка современному состоянию промышленного комплекса региона, в частности, химической отрасли и машиностроения, основанная на актуальных статистических данных. На основе результатов оценки сформулированы ключевые проблемы, объективно существующие в экономике и социальной сфере региона.

Ключевые слова: валовый региональный продукт, логистика, промышленность, туризм, экономика регион

Assessment of the economic potential of the Yaroslavl Region and prospects for its implementation

Kolesov R.V., PhD (Economics), Associate Professor

Nevidina V.S. student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The paper examines the main features of the socio-economic situation in the Yaroslavl Region in the current conditions. It provides an assessment of the current state of the region's industrial complex, particularly the chemical industry and mechanical engineering, based on relevant statistical data. Based on the assessment results, the paper identifies key problems that exist in the region's economy and social sphere.

Keywords: gross regional product, logistics, industry, tourism, regional economy

Ярославская область – это регион с богатой историей, расположенный в центре европейской части России. Его положение на

пересечении важнейших транспортных артерий изначально предопределило стратегическую значимость. Экономика области характеризуется индустриальной направленностью, но при этом обладает существенным и пока не до конца реализованным потенциалом в сферах туризма, логистики и инноваций.

Промышленность остается основой экономики Ярославской области. По данным Росстата за 2023 год, на долю обрабатывающих производств приходится около 35% валового регионального продукта (далее – ВРП) области.

1. Химическая и нефтехимическая промышленность – это ведущие отрасли. Только ПАО «Славнефть-ЯНОС» обеспечивает более 30% налоговых поступлений в областной бюджет. Глубина переработки нефти на предприятии составляет около 75%, что несколько выше среднероссийского показателя, который составляет 74%, но ниже мировых стандартов (85–90%). Расчетный объем инвестиций в модернизацию предприятия в рамках программ импортозамещения до 2025 года оценивается в сумму свыше 50 млрд рублей [4].

2. Несмотря на историческую значимость, доля машиностроения в ВРП сократилась. Например, расчет индекса промышленного производства по виду деятельности «Производство транспортных средств и оборудования» за 2023 год показал значение всего в 98,5% к уровню 2022 года, что свидетельствует о стагнации. Ключевой проблемой является высокий износ основных производственных фондов, который оценивается экспертами примерно в 60–70% [2].

Через территорию области проходят ключевые транспортные артерии. Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием в Ярославской области составляет около 220 км на 1000 кв. км, что превышает среднероссийский показатель (50 км на 1000 кв. км), но ниже, чем в соседней Московской области (более 300 км на 1000 кв. км). Это свидетельствует о наличии определенного потенциала для развития в регионе логистики. Расчет показывает, что создание современного логистического парка вблизи развязки трассы М-8 и окружной дороги вокруг Ярославля может привлечь инвестиции на 5–7 млрд рублей и создать до 2000 новых рабочих мест [3].

По данным Министерства туризма Ярославской области в 2023 году регион более чем на один день посетили 2,8 млн туристов. В целом туристический поток составил около 9 млн человек. Однако как показывает изучение опыта отдельных близлежащих регионов, существует значительный потенциал для роста. В частности, во

Владимирской области, также входящей в «Золотое кольцо» России, при сопоставимом туристическом потоке средние расходы в расчете на одного туриста составляют около 6,5 тыс. рублей в сутки в то время, как в Ярославской области лишь 4,5 тыс. рублей [5].

Для более полного анализа ситуации рассчитаем недополученные доходы:

- условный туристический поток: 2,5 млн человек;
- разница в средних расходах: 6000 руб. (цель) - 4500 руб. (факт) = 1500 руб.

При условии увеличения продолжительности пребывания до 2 дней, потенциальный недополученный доход составляет: 2,8 млн чел. x 1500 руб./день x 2 дня = 8,4 млрд рублей в год. Это весьма существенная сумма, которая демонстрирует необходимость инвестиций в инфраструктуру и повышение качества туристического предложения.

На основании приведенных данных были сформулированы следующие ключевые проблемы:

1. По данным Рейтингового агентства «Эксперт РА», Инвестиционный рейтинг Ярославской области в 2023 году – 3В1 (пониженный потенциал – умеренный риск). Объем инвестиций в основной капитал за 2023 год составил около 140 млрд рублей, что примерно в 5 раз меньше, чем в Липецкой области, активно развивающей промышленные парки;

2. По информации Ярославльстата, в 2023 году естественная убыль населения Ярославской области, определяемая как разница между родившимися и умершими гражданами, составила 8,6 тысяч человек [1]. Миграционный отток молодежи усугубляет ситуацию. Расчет демографической нагрузки показывает, что на 1000 человек трудоспособного населения приходится около 780 человек нетрудоспособного возраста, что, безусловно, является высокой нагрузкой на социальную систему региона.

Вместе с тем, нельзя не отметить очевидные возможности в реализации существующего экономического потенциала:

1. Технологическая модернизация ПАО «Автодизель» (ЯМЗ) с объемом инвестиций 10 млрд рублей позволит снизить износ основных производственных фондов предприятия и увеличить выпуск конкурентоспособных двигателей не менее чем на 15–20%. Это обеспечит дополнительный годовой доход в объеме не менее 2–3 млрд рублей (в ценах 2025 года) и позволит создать порядка 500 высокотехнологичных рабочих мест.

2. В Стратегии социально-экономического развития Ярославской области до 2030 года поставлена цель увеличить туристический поток. Для этого необходим расчетный объем частных и государственных инвестиций в инфраструктуру туристической отрасли (на строительство и модернизацию гостиничных комплексов, благоустройство имеющихся и создание новых туристических зон) в объеме 15–20 млрд рублей. По нашим оценкам это обеспечит привлечение в регион дополнительно не менее 8,4 млрд рублей ежегодно.

3. Экономическое обоснование решений по развитию транзитного и логистического потенциала Ярославской области свидетельствует о потенциальной окупаемости комплекса проектов в данной сфере на горизонте от 7 до 10 лет, даже при условии загрузки на модернизированных и вновь созданных мощностей на 70–80%. Только ежегодные дополнительные налоговые поступления в консолидированный бюджет региона в ценах 2025 года от реализации мер в данной области оцениваются в 500–600 млн рублей.

В заключение отметим, что Ярославская область обладает существенным, но не в полной мере реализованным потенциалом социально-экономического развития. Ключевые проблемы – зависимость от сырьевого сектора, высокий физический и моральный износ оборудования машиностроительной отрасли и недостаточное внимание инвесторов к развитию туристического потенциала региона.

Библиографический список

1. Оперативные демографические показатели по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.rosstat.gov.ru/storage/2023/08-14/Vb3iHVEB/present.pdf>.

2. Промышленность Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-der/activity/promyshlennost-/>.

3. Сеть автомобильных дорог общего пользования Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-ddh/org/set-avtodorog-regiona/>.

4. «Славнефть-ЯНОС» увеличит глубину переработки почти до 100% [Электронный ресурс]. URL: <https://www.yanos.slavneft.ru/pressroom/news/main/slavneft-yanos-uvelichit-glubinu-pererabotki-pochti-do-100/>.

5. Число посещений туробъектов за год в Ярославской области превысит 9 млн раз [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-Tourism/press->

УДК 34.03

К вопросу о профессионализации судебного представительства на базе адвокатуры

Колпазанова Е.В., канд. юр. наук

*Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны
имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова*

Аннотация. В статье автором рассмотрены некоторые аспекты правового регулирования профессионализации судебного представительства, так называемой «адвокатской монополии», обозначены основные проблемы и тенденции совершенствования законодательства в данной области отношений.

Ключевые слова: профессионализация судебного представительства, законопроект, адвокат, юрист

Kolpazanova E.V., PhD (Law)

Yaroslavl higher military school of air defense named after Marshal of the Soviet Union L.A. Govorov

Abstract. In the article, the author examines some aspects of the legal regulation of the professionalization of judicial representation, the so-called "lawyer's monopoly", identifies the main problems and trends in improving legislation in this area of relations.

Keywords: professionalization of judicial representation, draft law, lawyer, lawyer

Министерством юстиции РФ подготовлен проект Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (подготовлен Минюстом России, ID проекта 01/05/07-25/00158248) не внесен в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 11.07.2025), предполагающий реформу судебного представительства в части замены требования к высшему юридическому образованию представителя в суде требованием к наличию с 01 января 2028 г. статуса адвоката и внесение соответствующих изменений в Арбитражный

Процессуальный Кодекс РФ, Гражданский Процессуальный Кодекс РФ, Кодекс административного судопроизводства РФ.

В соответствии с указанным законопроектом за гражданами сохранится право представлять свои интересы лично и интересы третьих лиц в качестве их законных представителей, планируемые поправки не затронут близких родственников, имеющих высшее юридическое образование или ученую степень по юридической специальности; требования не будут распространяться на представителей отдельных профессий, профессиональная деятельность которых связана с судебным представительством и урегулирована отраслевым законодательством, в частности на патентных поверенных, арбитражных управляющих, сотрудников государственных юридических бюро и иных лиц. В отношении ГПК РФ требования не затрагивают представительство по делам, рассматриваемых у мировых судей. В юридической науке такое явление называют «адвокатской монополией».

Следует отметить, что реформа профессионализации судебного представительства на базе адвокатуры назревала давно. Первоначально в уголовно-процессуальном законе установлено, что в качестве защитника выступает адвокат с учетом тех требований, которые предъявляются к данным субъектам при оказании именно профессиональной юридической помощи. Однако на практике данный законопроект вызывает множество дискуссий как среди адвокатов, так и среди частнопрактикующих юристов. Основные доводы за принятие законопроекта связаны именно с объединением профессии на базе адвокатуры. Адвокатура – это социальный институт, действующий по понятным и четким правилам для всех участников правоотношений, в т.ч. физических и юридических лиц, судов, иных государственных органов и органов местного самоуправления. Деятельность частнопрактикующих юристов зачастую бесконтрольна. В отличие от частнопрактикующих юристов всем адвокатам необходимо повышать свой профессиональный уровень ежегодно в объеме, устанавливаемом каждой адвокатской палатой для своего региона, в соответствии со Стандартом профессионального обучения и повышения профессионального уровня адвокатов и стажеров адвокатов, утвержденному IX Всероссийском съездом адвокатов 18 апреля 2019 года, а также соответствовать иным, установленным законом требованиям.

Федеральной адвокатской палатой России, Общественной палатой России и Ассоциацией юристов России проводятся совместные встречи, круглые столы, в том числе с участием частнопрактикующих юристов,

конференции по обсуждению законопроекта, направленного на развитие адвокатуры и профессионализацию на ее основе судебного представительства. Целью таких мероприятий является выстраивание прямого диалога, определение требований к современному юристу и адвокату. Важность и актуальность обсуждения реформы не вызывает сомнений. Адвокатура в настоящее время – это единственная основа для профессионализации судебного представительства и консолидации профессии, обладающая всеми необходимыми механизмами для организации квалифицированной юридической помощи. Данный механизм должен препятствовать оказанию юридической помощи недобросовестными участниками юридического рынка, поскольку их количество увеличивается с каждым годом. При этом у Министерства юстиции России нет убеждения в том, что только частнопрактикующие юристы являются мошенниками и неквалифицированными специалистами.

К возражениям относительно данного законопроекта относят доводы об ограничении конституционного права граждан на защиту и доступ к правосудию, повышение стоимости оказания юридической помощи, снижение качества юридической помощи из-за повышения нагрузки на адвокатов, ограничение доступа к юридическому образованию в высших учебных заведениях и др. В связи с этим, инициатива Минюста России об адвокатской монополии продолжает активно обсуждаться не только в правовом, но и в политическом сообществе. В настоящее время в Государственную Думу России 30 сентября 2025 г. внесен законопроект о запрете установления дополнительных ограничений на судебное представительство граждан (запрет «адвокатской монополии») (№ 1027223–8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»). Предложения данного законопроекта касаются внесения изменений в часть 1 статьи 49 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и в часть 1 статьи 55 Кодекса административного судопроизводства РФ, дополнив их предложением о том, что полномочия представителя, имеющего высшее юридическое образование или ученую степень по юридической специальности, определенные в устном или письменном заявлении доверителя или выраженные в доверенности не могут быть ограничены на основании отсутствия у представителя статуса адвоката, за исключением случаев, предусмотренных законом. С критикой идеи «адвокатской монополии» выступил на IX Всероссийском юридическом форуме 24 сентября 2025 г.

Павел Крашенинников (глава комитета ГД РФ по госстроительству и законодательству).

Таким образом, несмотря на разумные доводы и объективные причины, свидетельствующие о необходимости проведения реформы судебного представительства, однозначное мнение в обществе по данному вопросу в настоящее время отсутствует. Законопроект Минюста до настоящего времени не внесен в Государственную Думу РФ, что означает продолжение общественных дискуссий по данному вопросу.

Библиографический список

1. Проект Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (подготовлен Минюстом России, ID проекта 01/05/07-25/00158248).

2. Стандарт профессионального обучения и повышения профессионального уровня адвокатов и стажеров адвокатов, утвержденному IX Всероссийском съездом адвокатов 18 апреля 2019 г.

3. Проект Федерального закона № 1027223–8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

УДК 338

Социально-экономические проблемы развития общества и пути их решения

Комаров А.В., канд. экон. наук

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова

Аннотация. В связи с тем, что мир столкнулся с уникальным набором вызовов: последствия пандемии, геополитическая напряженность, технологическая революция (ИИ, автоматизация), климатический кризис и растущее неравенство автор статьи анализирует ключевые проблемы, определяющие развитие общества на современном этапе, раскрывает их основные составляющие, а также предлагает несколько ключевых направлений решения этих проблем с учетом актуальных принципов развития общества на современном этапе.

Ключевые слова: геополитическая напряженность, социальное неравенство, экологические проблемы, демография, макроэкономическая политика

Socio-economic problems of society development and ways of their solution

Komarov A.V., *Ph.D. in Economics*

Yaroslavl higher military school of air defense named after Marshal of the Soviet Union L.A. Govorov

Abstract. As the world faces a unique set of challenges: the aftermath of the pandemic, geopolitical tensions, technological revolution (AI, automation), climate crisis and growing inequality, the author of the article analyzes the key issues that determine the development of society at the present stage, reveals their main components, and also suggests several key areas for solving these problems, taking into account the current principles of the development of society at the present stage.

Keywords: geopolitical tensions, social inequality, environmental issues, demography, macroeconomic policy

Социально-экономические проблемы развития общества на современном этапе (условно, с начала XXI века и особенно в последнее десятилетие) носят комплексный, взаимосвязанный и глобальный характер. Их уже нельзя рассматривать изолированно в рамках одной страны.

Вот ключевые проблемы, определяющие развитие общества сегодня:

1. Углубление экономического и социального неравенства (это, пожалуй, одна из самых острых проблем):

– неравенство доходов и богатства: разрыв между самыми богатыми и самыми бедными слоями населения продолжает расти как внутри стран, так и между странами. Богатство все больше концентрируется в руках узкой группы людей (топ-1%).

– пространственное неравенство: усиливается разрыв между развитыми столичными регионами/мегаполисами и депрессивными периферийными areas (деревни, моногорода). Это ведет к миграционному оттоку и упадку целых регионов.

– цифровое неравенство (Digital Divide): разрыв в доступе к цифровым технологиям, интернету и навыкам их использования. Это создает новый вид социальной исключенности.

2. Трансформация рынка труда и безработица:

- автоматизация и роботизация: процессы Industry 4.0 приводят к исчезновению многих традиционных профессий (особенно рутинного труда). Возникает риск массовой технологической безработицы.

- прекаризация труда: Рост нестандартной занятости (фриланс, гиг-экономика, краткосрочные контракты), что ведет к неустойчивости доходов, отсутствию социальных гарантий (отпуск, больничный, пенсия).

- несоответствие навыков: Система образования часто не успевает за потребностями быстро меняющегося рынка труда, приводя к дефициту кадров в одних сферах и избытку – в других.

3. Демографические вызовы:

- старение населения: в развитых и многих развивающихся странах (включая Россию) растет доля пожилых людей и снижается доля молодежи. Это создает огромную нагрузку на пенсионные системы и здравоохранение.

- депопуляция: некоторые страны сталкиваются с устойчивым сокращением численности населения.

- миграционные кризисы: высокий уровень экономической и forced миграции (из-за войн и климатических катастроф) создает напряженность в обществе, проблемы интеграции и нагрузку на социальную инфраструктуру принимающих стран [1].

4. Климатический кризис и экологические проблемы:

- изменение климата: учащение экстремальных погодных явлений (жара, наводнения, засухи) наносит колоссальный экономический ущерб, угрожает продовольственной безопасности и ведет к климатической миграции.

- истощение ресурсов: проблема нехватки пресной воды, деградации плодородных почв, истощения запасов полезных ископаемых.

- загрязнение окружающей среды: проблема пластика в океанах, загрязнение воздуха в городах, что напрямую влияет на здоровье людей.

5. Долговая нагрузка и кризис социального государства:

- рост государственного долга: многие страны накопили огромные госдолги, что ограничивает их возможности для инвестиций в социальную сферу и инфраструктуру [3].

- давление на систему соцобеспечения: из-за старения населения и растущих расходов на здравоохранение традиционная модель welfare state (социального государства) становится все более финансово неустойчивой.

6. Геополитическая нестабильность и ее экономические последствия:

- санкции и торговые войны: они нарушают глобальные цепочки поставок, приводят к росту цен, изоляции экономик и замедлению global growth.

- проблема энергетической безопасности: перебои с поставками энергоресурсов становятся инструментом политического давления, что ведет к кризисам и росту затрат для бизнеса и населения.

7. Кризис доверия к институтам:

- снижение доверия к правительствам, международным организациям и крупным корпорациям: население не верит, что элиты действуют в их интересах, что подпитывает популизм и политическую поляризацию.

- кризис глобализации: растут настроения в пользу протекционизма и изоляционизма, что тормозит мировое экономическое развитие.

8. Пандемия COVID-19 как катализатор. Пандемия не создала, но резко усилила большинство перечисленных выше проблем:

- ускорила цифровизацию и автоматизацию.
- увеличила госдолг из-за мер поддержки экономики.
- углубила неравенство (одни сектора и профессии пострадали больше других).

- нарушила глобальные логистические цепочки [4].

- создала дополнительную нагрузку на системы здравоохранения.

Таким образом, современные социально-экономические проблемы тесно переплетены и носят системный характер. Их невозможно решить по отдельности. Например, борьба с изменением климата (зеленый переход) напрямую влияет на рынок труда (создавая новые «зеленые» jobs и уничтожая старые в углеродоемких отраслях) и может усугубить неравенство, если не будет сопровождаться мерами поддержки. Это требует комплексных, скоординированных на международном уровне ответов и поиска новых моделей развития, более устойчивых и инклюзивных.

В этой связи решение социально-экономических проблем на современном этапе требует комплексного, многомерного подхода, так как мир столкнулся с уникальным набором вызовов: последствия пандемии, геополитическая напряженность, технологическая революция (ИИ, автоматизация), климатический кризис и растущее неравенство [2].

Условно все пути решения можно разделить на несколько ключевых направлений:

1. Макроэкономическая политика и развитие экономики:

- диверсификация экономики и поддержка реального сектора: снижение зависимости от сырьевого экспорта (для ресурсно-ориентированных стран) через стимулирование обрабатывающей промышленности, высоких технологий, IT-сектора и сферы услуг.

- инвестиции в инфраструктуру: масштабные государственные и частные инвестиции в обновление транспортной, энергетической, цифровой (высокоскоростной интернет) и социальной инфраструктуры.

- поддержка малого и среднего бизнеса (МСП): упрощение регуляторных процедур, доступное кредитование, налоговые каникулы и grants для стартапов. МСП – главный создатель новых рабочих мест.

- стимулирование инноваций и R&D: увеличение расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), создание технопарков, тесное сотрудничество между вузами и бизнесом.

- налоговая реформа: создание справедливой и эффективной налоговой системы. Это может включать в себя прогрессивное налогообложение, борьбу с уклонением от налогов и оптимизацию налоговых льгот для приоритетных отраслей [5].

2. Социальная политика и человеческий капитал:

- инвестиции в образование и переобучение (Lifelong Learning): коренная модернизация системы образования с акцентом на цифровые навыки, критическое мышление и креативность. Создание национальных программ переподготовки для работников, чьи профессии устаревают из-за автоматизации.

- развитие системы здравоохранения: внедрение телемедицины, focus на профилактической медицине и доступности качественных медицинских услуг для всех слоев населения. Здоровое население – экономически активное население.

- адресная социальная поддержка: переход от универсальных пособий к targeted support – помощи тем, кто в ней действительно нуждается, на основе цифровых платформ и проверки нуждаемости. Это повышает эффективность расходов [4].

- доступное жилье: программы ипотечного кредитования с господдержкой, развитие арендного жилья и стимулирование жилищного строительства.

3. Рынок труда и борьба с неравенством:

- формирование новой культуры труда: адаптация трудового законодательства к реалиям гиг-экономики (удаленная работа, фриланс), обеспечение социальных гарантий для самозанятых и работников нестандартных форм занятости.

- повышение минимальной зарплаты: приведение МРОТ к уровню прожиточного минимума и выше для борьбы с бедностью работающего населения.

- борьба с дискриминацией: обеспечение равных возможностей и оплаты труда для всех групп населения (гендерное, возрастное равенство и т.д.).

- усиление роли профсоюзов: для защиты прав работников и ведения социального диалога [6].

4. Технологическое развитие и цифровизация:

- цифровизация госуслуг: создание «цифрового правительства» для снижения бюрократии, коррупции и повышения эффективности взаимодействия государства и граждан.

- развитие цифровой инфраструктуры: обеспечение повсеместного доступа к высокоскоростному интернету (ликвидация цифрового неравенства между регионами).

- этическое регулирование ИИ и big data: создание правовых рамок, которые позволят использовать преимущества новых технологий, минимизируя риски (кибербезопасность, приватность, предвзятость алгоритмов).

5. Устойчивое развитие и «зеленая» трансформация:

- «зеленая» экономика: инвестиции в возобновляемую энергетику, энергоэффективность, переработку отходов (циркулярная экономика).

- справедливый переход (Just Transition): поддержка регионов и работников, зависящих от традиционных «грязных» industries (например, угольной), в процессе перехода к зеленой экономике.

Исходя из вышеперечисленных направлений решения актуальных проблем, можно предложить ключевые принципы развития общества для современного этапа:

1. Комплексность: невозможно решить одну проблему в отрыве от других. Например, инвестиции в технологии требуют инвестиций в образование.

2. Гибкость и адаптивность: экономическая политика должна быстро реагировать на изменяющиеся условия.

3. Международное сотрудничество: глобальные проблемы (изменение климата, налоговые гавани, киберпреступность) можно решить только сообща.

4. Дано-ориентированный подход: использование big data и аналитики для принятия более обоснованных политических решений и оценки их эффективности.

5. Социальный диалог: вовлечение всех заинтересованных сторон – правительства, бизнеса, профсоюзов и гражданского общества – в выработку решений [5].

Таким образом, успех развития общества зависит от способности государства проводить сбалансированную политику, которая одновременно стимулирует экономический рост, обеспечивает его справедливое распределение и закладывает основы для устойчивого развития общества в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Под. ред. Л. Н. Ковалик. - СПб.: Питер, 2021. 311 с.
2. Филатов В.И. Свобода и равенство как аксиологическая проблема современного общества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. Вып. 1. 2017. С. 169–175.
3. Философская этика и ее перспективы в современном мире / А.А. Гусейнов, А.В. Разин, А.Г. Гаджикурбанов, А.И. Бродский, В.О. Лобовиков, Р.Г. Апресян, М.Л. Гельфонд // Этическая мысль. 2022. № 12 (12). С. 5–71.
4. Мирошина Е.Ю. Понимание экономической свободы в современном обществе // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. Вып. 3. 2016. С. 148–155.
5. Сорокин П.А. Человек, цивилизация, общество. М.: Политиздат, 2021. 543 с.
6. Гришина Е.А. Народные предприятия в современной России. URL: <http://human.spauka.ru/2017/0624141>.

УДК 332.05

Динамика инновационной деятельности Ярославской области

Краснова Г.Н., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье проводится анализ динамики инновационной деятельности в России, ЦФО и Ярославской области за период 2018–2024 гг. В рамках комплексной оценки осуществляется анализ ключевых факторов, оказывающих влияние на развитие инновационной деятельности в стране и регионе. Постоянный мониторинг динамики

инновационного потенциала позволит сформировать целевые региональные программы, направленные на поддержку инновационного развития.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, динамика, регион

The dynamics of innovation activity in the Yaroslavl region

Krasnova G.N., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article analyzes the dynamics of innovation activity in Russia, the Central Federal District, and the Yaroslavl Region for the period 2018-2024. As part of a comprehensive assessment, the article analyzes the key factors influencing the development of innovation activity in the country and the region. Continuous monitoring of the dynamics of innovation potential will allow for the development of targeted regional programs aimed at supporting innovation development.

Keywords: innovation, innovative activity, dynamics, region

Развитие инновационной деятельности представляет собой одну из ключевых составляющих региональной экономики в современных условиях. Инновационная деятельность является фактором экономического роста, соответственно, улучшение ее показателей становится важным фактором, способствующим повышению конкурентоспособности субъектов Российской Федерации. Инновационное развитие Российской Федерации складывается из развития каждого субъекта в отдельности, однако каждый из них находится на своем уровне развития инноваций, т.е. существует очень большой разрыв между инновационными потенциалами регионов. Данный факт неравенства может быть вызван множеством причин: географическим положением, существующей в каждом субъекте своих мер регулирования и стимулирования инновационной деятельности, уровня научного и кадрового потенциала и др. [3, с. 58].

Анализ ключевых индикаторов инновационной деятельности позволяет провести комплексную оценку конкурентоспособности региона в сравнении с другими, что способствует разработке и реализации управленческих решений, направленных на активизацию инновационных

процессов и оптимизацию уровня инновационного развития региона. Такой подход обеспечивает формирование стратегических механизмов, способствующих устойчивому прогрессу в сфере инноваций и укреплению конкурентоспособности территории в долгосрочной перспективе.

Анализ инновационной деятельности выступает не только как инструмент диагностики текущего состояния региона, но и как основа для выработки эффективных мер, ориентированных на стимулирование инновационной активности и создание благоприятных условий для технологического и экономического развития

В 2023 году Правительство Российской Федерации приняло Концепцию технологического развития, рассчитанную до 2030 года [2]. В этом документе выделены три ключевые цели: достижение технологического суверенитета, переход к экономическому росту, ориентированному на инновации, а также обеспечение технологической поддержки устойчивого развития производственных систем в стране [1].

В Концепции и статистических сборниках дано следующее определение инновационной деятельности: «вся исследовательская (исследования и разработки), финансовая и коммерческая деятельность, которая в течение периода наблюдения направлена или приводит к созданию новых или усовершенствованных продуктов (товаров, услуг), значительно отличающихся от продуктов, производивших организацией ранее, предназначенных для внедрения на рынке, новых или усовершенствованных бизнес-процессов, значительно отличающихся от предыдущих соответствующих бизнес-процессов организации, предназначенных для использования в практической деятельности» [5, с. 319]. Инновационная деятельность является движущей силой качественных преобразований региона.

Рассмотрим основные индикаторы инновационной деятельности Ярославской области, входящей в состав Центрального федерального округа (ЦФО).

Первый основной показатель – затраты на инновационную деятельность.

Статистический сборник затраты на инновационную деятельность определяет следующим образом: «Затраты на инновационную деятельность – выраженные в денежной форме фактические расходы на осуществление одного, нескольких или всех видов инновационной деятельности (связанной с процессом разработки и внедрения технологических инноваций и других нововведений), выполняемой в

организации. В составе затрат на инновационную деятельность учитываются текущие и капитальные затраты» [5, с. 319].

Таблица 1. Затраты на инновационную деятельность организаций РФ, ЦФО, Ярославской области в 2018–2024 гг., млрд рублей [4, 5]

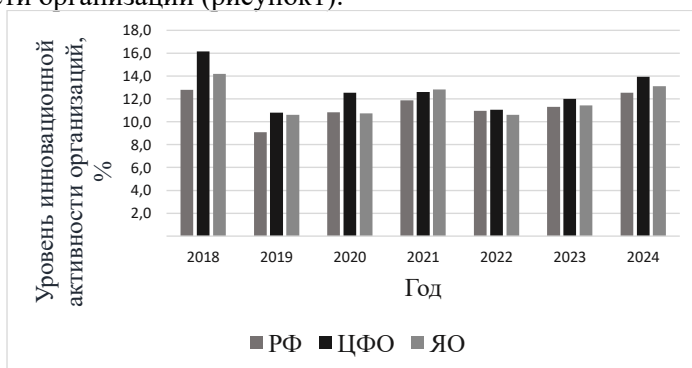
Год	РФ	ЦФО	ЯО	Абсолютные приросты, млрд. руб.			Темпы прироста, %		
				РФ	ЦФО	ЯО	РФ	ЦФО	ЯО
2018	1472,82	494,89	4,72	-	-	-	-	-	-
2019	1954,13	844,27	6,53	481,31	349,384	1,81	32,68	70,60	81,00
2020	2134,04	890,69	8,01	179,91	46,416	1,48	9,21	5,50	48,00
2021	2379,71	1038,70	12,95	245,67	148,01	4,94	11,51	16,62	394,00
2022	2662,57	1115,07	14,36	282,86	76,37	1,41	11,89	7,35	41,00
2023	3519,54	1729,46	33,71	856,97	614,39	19,35	32,19	55,10	1835,00
2024	4524,09	2163,62	27,31	1004,55	434,16	-6,4	28,54	25,10	-740,00
Итого	18646,9	8276,7	107,59	3051,27	1668,73	22,59	-	-	-

Источник: составлено автором

Анализ таблицы 1 показывает, что затраты на инновационную деятельность организаций в целом за весь период:

- в РФ увеличились на 3051,27 млрд. руб., что составляет 207,17%;
- в ЦФО увеличение составило 1668,73 млрд. руб., что составляет 337,19%;
- в Ярославской области увеличение составило 22,59 млрд. руб., что составляет 478,6 %, при чем за 2024 г. по сравнению с 2023 г. данный показатель снизился на 6,4 млрд. руб. (на 18,99%).

Второй основной показатель – это уровень инновационной активности организаций (рисунок1).



Источник: составлено автором

Рисунок 1. Уровень инновационной активности организаций РФ, ЦФО и Ярославской области в 2018–2024 гг.

По данным рисунка 1 можно отметить, что с 2018 г. по 2024 г. в целом по стране, ЦФО и Ярославской области наблюдается снижение уровня инновационной активности организаций может быть связано с такими причинами: COVID-19, специальная операция России на Украине, санкции и др. Однако за последние три года наблюдается увеличение данного показателя.

Следующий основной показатель инновационной деятельности – это «объем инновационных товаров, работ, услуг» [3].

Таблица 2. Объем инновационных товаров, работ, услуг РФ, ЦФО, Ярославской области в 2018–2024 гг., млрд рублей [4, 5]

Год	РФ	ЦФО	ЯО	Абсолютные приросты, млрд. руб.			Темпы прироста, %		
				РФ	ЦФО	ЯО	РФ	ЦФО	ЯО
2018	4516,28	1181,42	48,84	-	-	-	-	-	-
2019	4863,39	1425,67	29,49	347,1	244,3	-19,4	7,7	20,7	-39,6
2020	5189,05	1653,35	27,73	325,7	227,7	-1,8	6,7	16,0	-6,0
2021	6003,34	1980,93	30,38	814,3	327,6	2,7	15,7	19,8	9,6
2022	6377,25	2057,91	33,29	373,9	77,0	2,9	6,2	3,9	9,6
2023	8323,89	2881,89	46,51	1946,6	824,0	13,2	30,5	40,0	39,7
2024	9817,75	3525,07	28,20	1493,9	643,2	-18,3	17,9	22,3	-39,4
Итого	45090,95	14706,24	244,44	5301,5	2343,7	-20,6	-	-	-

Источник: составлено автором

Таблица 2 показывает, что затраты на инновационную деятельность организаций в целом за весь период:

- в РФ увеличились на 5301,5 млрд. руб., что составляет 117,39%;
- в ЦФО увеличение составило 2343,7 млрд. руб., что составляет 198,38%;
- в Ярославской области наблюдается снижение на 20,6 млрд. руб., что составляет 42,26%.

Отметим, что большую часть рассматриваемого периода по Ярославской области проходил спад показателя, хотя в 2021–2023 гг. наблюдался небольшой рост.

Исследование отдельных индикаторов, характеризующих состояние инновационной деятельности в Ярославской области, позволяет установить тенденцию к ухудшению текущей ситуации. Данный процесс обусловлен комплексом экзогенных и эндогенных факторов, включая изменения внешней среды и внутренние ограничения. Наблюдается снижение уровня инновационной активности, что, в свою очередь, приводит к замедлению темпов развития инновационной сферы в регионе.

Таким образом, анализ ключевых показателей свидетельствует о необходимости разработки и внедрения стратегических мер, направленных на преодоление существующих барьеров и стимулирование инновационных процессов. Это позволит не только стабилизировать ситуацию, но и создать предпосылки для устойчивого развития инновационной деятельности Ярославской области.

Библиографический список

1. Пефтиев, В.И. Социальное государство в России: новая повестка дня / В.И. Пефтиев, Г.Н. Краснова // Мир русскоговорящих стран. 2022. № 2(12). С. 48–60.
2. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» (вместе с "Концепцией технологического развития на период до 2030 года").
3. Тарасова А.Ю., Пикалова Д.В., Кузнецова С.О., Краснова Г.Н., Ермоленко М.О. Исследование развития инновационного потенциала Ярославской области // Мягкие измерения и вычисления. 2024. № 3. Т. 76. С. 58–71.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>.
5. Ярославская область. 2024: Стат. сб. / Ярославльстат. – Я76 Я., 2024. 383 с.

УДК 330.101

Цифровизация государственных услуг: преимущества и недостатки

Кузнецова С.В., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается противоречивый характер процесса цифровизации государственных услуг. Проанализированы ключевые выгоды от перехода на цифровые форматы, такие как повышение эффективности, прозрачности и доступности для большинства населения. Особое внимание уделено рискам цифрового исключения уязвимых групп граждан (пожилых людей, лиц с низкими доходами, жителей удаленных территорий). На основе анализа

сформулированы рекомендации по минимизации негативных социальных последствий цифровой трансформации.

Ключевые слова: цифровизация, государственные услуги, электронное правительство, цифровое неравенство

Digitalization of Public Services: Advantages and Disadvantages

Kuznetsova S.V., lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. The article examines the controversial nature of the process of digitalization of public services. It analyzes the key benefits of switching to digital formats, such as increased efficiency, transparency, and accessibility for the majority of the population. Special attention is paid to the risks of digital exclusion of vulnerable groups of citizens (elderly people, low-income individuals, and residents of remote areas). Based on the analysis, recommendations are formulated to minimize the negative social consequences of digital transformation.

Keywords: digitalization, public services, e-government, and digital inequality

Современная парадигма государственного управления неразрывно связана с процессом цифровизации. Перевод государственных и муниципальных услуг в электронный формат провозглашен одним из ключевых приоритетов развития многих стран. Этот процесс, с одной стороны, несет в себе колоссальный потенциал для повышения эффективности работы государственного аппарата и удобства граждан. С другой стороны, он порождает серьезные социальные риски, главный из которых – исключение из цифровой среды уязвимых категорий населения, что может лишить их доступа к базовым публичным сервисам и усугубить социальное неравенство [2].

Цифровая трансформация государственных услуг имеет ряд очевидных преимуществ:

- экономическая эффективность: снижаются транзакционные издержки как для государства (сокращение бумажного документооборота, оптимизация штата), так и для граждан (минимизация временных и финансовых затрат на личное посещение учреждений).

- повышение скорости и удобства: круглосуточная доступность услуг из любой точки мира, минимизация бюрократических процедур

(«принцип одного окна» в цифровой среде), прозрачность и отслеживаемость статуса заявки.

- снижение коррупционных рисков: оцифровка процессов ограничивает пространство для злоупотреблений, связанных с личным контактом чиновника и гражданина.

- накопление больших массивов данных позволяет перейти к проактивной модели предоставления услуг, когда государство само предлагает сервисы на основе жизненных ситуаций гражданина.

Эти преимущества делают цифровизацию мощным инструментом оптимизации публичной сферы, однако ее бенефициарами в первую очередь становятся цифрограмотные и технологически обеспеченные граждане.

Несмотря на прогрессивный характер, тотальный переход к цифровым каналам взаимодействия создает «цифровой барьер» для значительной части населения. К уязвимым группам относятся:

- пожилые люди: зачастую испытывают трудности с освоением новых технологий, недоверие к цифровым платформам, имеют низкий уровень цифровой грамотности.

- лица с ограниченными возможностями здоровья: многие цифровые платформы не имеют специальных возможностей для слабовидящих, слабослышащих или людей с нарушениями моторики.

- малообеспеченные граждане и бездомные: не имеют стабильного доступа к интернету, компьютеру или смартфону.

- жители сельской и удаленной местности: сталкиваются с проблемами качества интернет-связи и низкой скоростью передачи данных.

Для этих групп требование обязательного цифрового взаимодействия превращается в форму социальной эксклюзии. Они рискуют оказаться в «цифровой ловушке»: невозможность получить услугу в традиционном формате, и одновременная неспособность получить ее онлайн. Это ведет к росту социальной напряженности, маргинализации и нарушению принципа равного доступа к правам и услугам [1].

Для того чтобы цифровизация не усугубляла социальное неравенство, а, напротив, способствовала его снижению, необходим комплексный подход, направленный на обеспечение цифровой инклюзии. Меры могут включать:

1. Сохранение и развитие альтернативных каналов доступа: нельзя полностью ликвидировать возможность получения услуг офлайн или по

телефону. Эти каналы должны выполнять роль «социального амортизатора».

2. Разработка инклюзивного дизайна цифровых платформ: интерфейсы порталов госуслуг должны быть простыми, интуитивно понятными и доступными для людей с ограниченными возможностями здоровья.

3. Развитие программ цифровой грамотности: создание бесплатных курсов и консультационных центров (на базе библиотек, центров социального обслуживания), ориентированных на пожилых людей и другие уязвимые группы.

4. Обеспечение инфраструктурной доступности: реализация программ по ликвидации «цифрового неравенства» в регионах, включая развитие широкополосного интернета и предоставление публичных точек доступа.

5. Внедрение принципа «цифрового первого», а не «цифрового только»: электронный формат должен быть приоритетным и самым удобным, но не единственным способом получения услуги.

Цифровизация государственных услуг – это объективный и необходимый процесс. Однако его нельзя оценивать исключительно через призму экономической эффективности. Социально-экономическое развитие общества определяется не только скоростью внедрения технологий, но и его способностью обеспечить инклюзивность этого процесса.

Задача государства сегодня – найти баланс между технологическим прогрессом и социальной справедливостью. Успешной можно считать такую цифровую трансформацию, которая не оставляет граждан за бортом цифрового прогресса, а, напротив, использует технологии для укрепления социальной сплоченности и обеспечения равных прав и возможностей для всех.

Библиографический список

1. Бурьянов М.С. Цифровые права человека в условиях глобальных процессов: теория и практика реализации: монография / М.С. Бурьянов; под науч. ред. С.А. Бурьянова. – М.: РУСАЙНС, 2024. 145 с.

2. Косаренко Н.Н. Система искусственного интеллекта: понятие, теория, право и перспективы развития: монография. – М.: РУСАЙНС, 2024. 174 с.

Значение государственных корпораций для развития российской экономики в современных условиях

Логина Т.В., старший преподаватель

Хованская П.П., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье рассматривается роль государственных корпораций в современной экономике России. При этом обращается внимание на деятельность госкорпорации ГК «Ростех» как одного из крупнейших игроков на отечественном рынке. Авторы исследуют, как государственные корпорации влияют на экономическое развитие страны и значение, и какие стратегические задачи они выполняют в рамках реализации национальных проектов.

Ключевые слова: государственные корпорации, функции, принципы деятельности, экономическое развитие

The importance of state corporations for the development of the Russian economy in modern conditions

Loginova T.V., senior lecturer

Khovanskaya P.P., student

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article examines the role of state corporations in the modern Russian economy. It focuses on the activities of the state corporation Rostec, one of the largest players in the domestic market. The authors explore how state corporations influence the country's economic development and the strategic objectives they pursue through national projects.

Keywords: state corporations, functions, principles of operation, and economic development

Государственный сектор – это часть экономики, которая охватывает все организации и учреждения, находящиеся в собственности государства или под его контролем. Он включает государственные службы, муниципальные предприятия, а также различные государственные

учреждения, которые предоставляют услуги гражданам и обществу. Государственный сектор играет важную роль в обеспечении общественных благ, в таких сферах как образование, здравоохранение, безопасность и инфраструктура [1].

Государственные корпорации (ГК) создаются для выполнения конкретных задач, функций и целей, одной из которых является реализация общенациональных экономических и социальных задач, программ федерального значения и национальных проектов, поддержки экономики и расширения производства техники, оборудования [3].

Такие корпорации играют важную роль в развитии российской экономики, с точки зрения реализации государственной политики в стратегических отраслях.

К основным функциям госкорпораций можно отнести:

- 1) реализацию государственной политики для достижения стратегических целей;
- 2) развитие инноваций, в том числе в научные исследования и разработки;
- 3) обеспечение экономической стабильности, что связано с поддержкой ключевых отраслей экономики;
- 4) социальная ответственность связана с решением социальных задач, таких как создание рабочих мест и развитие регионов [4].

Среди наиболее влиятельных государственных корпораций можно выделить:

1. Росатом – лидер в атомной энергетике и новых технологиях;
2. Ростех – ключевой игрок в оборонно–промышленном комплексе;
3. ОАО РЖД – монополист в железнодорожных перевозках;
4. Газпром – крупнейшая газовая компания мира [2].

В 2025 году госкорпорации активно инвестируют в – разработку искусственного интеллекта, создание зеленой энергетики, развитие квантовых технологий.

По данным на 2025 год, доля государственных корпораций в ВВП страны составляет около 25%, что подчеркивает их значимость для национальной экономики [2].

Организационная структура корпораций достаточно сложная и включает головную компанию и множество дочерних. Управление осуществляется на основе государственных программ и стратегий, утверждённых на высшем уровне.

Основные принципы деятельности ГК:

1) подотчётность государству. Например, ГК «Ростех» находится под контролем Министерства промышленности и торговли РФ;

2) самофинансирование – несмотря на государственную поддержку, ГК стремятся к самоокупаемости;

3) социальная ответственность [4].

«Ростех» – российская государственная корпорация, созданная в 2007 году для содействия в разработке, производстве и экспорте высокотехнологичной промышленной продукции гражданского и военного назначения [5].

Некоторая известная информация о корпорациях на 2025 год:

- ключевые направления деятельности – авиастроение, машиностроение, радиоэлектроника, медицинские технологии, инновационные материалы и другие;

- продукция корпораций поставляется более чем в 100 стран мира;

- почти треть выручки таких компаний обеспечивает экспорт высокотехнологичной продукции и др.

Перед госкорпорацией стоят разные задачи, но при этом приоритетом является исполнение гособоронзаказа.

За 2024 год госкорпорация «Ростех» выполнила гособоронзаказ на 99,5%, а особо востребованные образцы – полностью на 100%. За первое полугодие 2025 года уже выполнены на 65% поставки готового вооружения, готовых изделий и на 50% – средства поражения, боеприпасы и т.д. В то же время корпорация выпускает и гражданскую продукцию. По итогам первого полугодия 2025 года выручка госкорпорации составила 1,5 трлн. рублей, из которых 455 млрд рублей приходится на производство и продажу гражданской продукции [2].

Во время рабочей встречи генерального директора Ростеха Сергея Чemezова с председателем правительства РФ Михаилом Мишустиним, были подведены итоги работы госкорпорации в 2024 году и первом полугодии 2025–го по таким направлениям, как гособоронзаказ, авиастроение, борьба с контрафактом, охрана здоровья и т.д. [6].

Говоря о проектах в области авиастроения, одной из самых первоочередных задач является производство гражданских самолетов. Для МС–21 создано более 70 отечественных систем и агрегатов на замену иностранным аналогам. В 2026 году ожидается завершение сертификационных полетов и начало серийных поставок самолетов этого типа.

С. Чemezов упомянул при встрече и о создании системы «Купол» для послепродажного сопровождения самолетов «Сухой Суперджет», МС–21,

Ил–114, а также двигателей ПД–14, ПД–8: «эта система аккумулирует всю информацию о жизненном цикле воздушного судна и двигателя и связывает всю авиационную отрасль, от производителя до авиакомпании».

Помимо авиастроения, глава госкорпорации «Ростех» рассказал о проекте по цифровой маркировке товаров. «Сегодня уже более 500 тыс. компаний задействованы в маркировке – производители и поставщики, она охватывает 220 миллионов человек. К системе подключены все кассовые аппараты страны. Это приводит к обелению рынка и ликвидации контрафакта, а главное, люди получают хороший продукт», – отметил он [7].

Предприятия госкорпорации выпускают и поставляют в лечебные учреждения страны медицинское оборудование. В частности, в 2024 году отечественные медучреждения получили 85 тыс. единиц медтехники, а всего в портфеле корпорации более 150 наименований зарегистрированных медицинских изделий. В числе передовых новинок – программно–аппаратный комплекс «Вансел» с искусственным интеллектом для диагностики онкозаболеваний.

Корпорация, где работает более 700 тысяч сотрудников, является одним из крупнейших работодателей страны, предоставляя своим сотрудникам соцпакет, включающий ДМС, корпоративную медицину, санаторно–курортное лечение и жилищные программы.

Таким образом, ГК «Ростех» – это крупнейшая промышленная корпорация России, объединяющая предприятия оборонно–промышленного комплекса, авиационной, автомобильной и электронной промышленности. Госкорпорация активно внедряет инновации, такие как цифровизация производства и разработка новых материалов. Компания также занимается экспортом военной техники, что укрепляет оборонный потенциал страны.

Перспективы развития ГК связаны с усилением их роли в инновационной экономике, расширением международного сотрудничества и повышением эффективности управления. ГК «Ростех» планирует увеличить долю гражданской продукции в своём портфеле, что позволит снизить зависимость от оборонных заказов.

В итоге можно отметить, что государственные корпорации являются важным элементом экономической системы России, обеспечивая реализацию стратегических задач и способствуя инновационному развитию. Их деятельность оказывает значительное влияние на экономику страны, однако требует постоянного совершенствования для

преодоления существующих вызовов. Дальнейшее развитие ГК должно быть направлено на повышение конкурентоспособности, внедрение новых технологий и укрепление международных позиций России.

Библиографический список

1. Федеральный закон 8 декабря 1995 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».
2. Глава «Ростех» сообщил о росте выручки и сложной рентабельности. URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2025/08/22>.
3. Курченков В.В. Приоритеты государственного регулирования инновационной деятельности в условиях поддержания технологического суверенитета страны / В.В. Курченков, О.С. Макаренко // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. 2023. Т. 25, № 3. С. 17–26.
4. Куренкова В.В. Государственные корпорации в современной России: функции, структура и основа их деятельности // Новый юридический вестник. 2025. № 3 (45). С. 24–27.
5. Официальный сайт государственной корпорации «Ростех». URL: <https://rostec.ru/>.
6. Сергей Чemezov: Ростех всегда являлся и будет являться опорой страны. URL: <https://www.globalmsk.ru/firmnews/id/36543>.
7. Сергей Чemezov: Ростех увеличит долю гражданской продукции до 50%. URL: <https://rostec.ru/media/news/4520467/#start>.

УДК 339.9

Современные аспекты социально-экономического взаимодействия лидеров БРИКС

Неклюдов В.А., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Ярославский филиал.*

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности развития российско-китайских отношений на современном этапе. Проанализированы и отражены развития взаимодействия совместного партнерства и дальнейшее сотрудничество двухсторонних отношений.

Ключевые слова: товарооборот, Россия, Китай, экономические отношения

Modern aspects of the socio-economic interaction of the BRICS leaders

*Neklyudov V.A., PhD (Economics), Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article examines the specifics of the development of Russian-Chinese relations at the present stage. The development of the interaction of the joint partnership and the further cooperation of bilateral relations are analyzed and reflected.

Keywords: trade turnover, Russia, China, economic relations

Сотрудничество между Россией и Китаем на современном этапе обусловлено геополитическими условиями их существования в мировом пространстве. Оба государства являются лидерами по их специфическим признакам (территория и численность населения). Кроме того, благоприятным фактором для построения политических и экономических взаимоотношений является то, что страны имеют общую границу, что способствует их добрососедским отношениям. Обострение международной обстановки и многочисленные экономические санкции со стороны стран Евросоюза и США по отношению России в связи с проведением специальной военной операции на территории Украины, стимулировали новый виток российско-китайского взаимодействия. Подобные нападки испытывает на себе и Китай. Взаимодействие России и Китая пережило несколько достаточно резких поворотов.

Преодолев многие проблемы, касающиеся урегулирования вопроса с границами и товарооборотом, долгие годы мешающие нормализации связей между странами, их лидеры Владимир Владимирович Путин и Си Цзиньпин в ходе неоднократных деловых встреч, путем подписания ряда двусторонних соглашений пришли к выводу о необходимости развивать отношения равноправного доверительного партнерства, направленного на стратегическое взаимодействие в 21 веке. На сегодняшний день российско-китайские отношения в сфере экономики и партнерских отношений безусловно выходят на новый уровень.

Сотрудничество России и Китая преследует стратегические цели, направленные на укрепление позиций государств в глобальном управлении на современном этапе. В настоящее время на официальном уровне руководством обеих стран разрабатываются совместные

инвестиционные проекты, реализация которых поможет значительно укреплять национальную экономику.

В последнее время Китай является основным экономическим партнером для российского государства. Направления сотрудничества двух стран включают сферы освоения космоса, военного сотрудничества, транспорта, энергетики, промышленности, продовольствия, сельского хозяйства и др. С 2010 года Китай остается крупнейшим торговым партнером для нашей страны. В рисунке 1 показана динамика товарооборота между Китаем и Россией в период с 2015-2024гг. За этот промежуток времени товарооборот вырос на 123% и по итогам 2024 года составил 245 млрд долларов [5]. Объем взаимной торговли продолжает расти. К 2030 году они должны составить 300 млрд долл.



Рисунок 1. Динамика товарооборота Китая и России с 2015–2024 гг.
(млрд долларов)

В непростых условиях, когда ряд государств-партнеров отрекся от нашей страны, несмотря на двусторонние экономические отношения, закреплённые в договорах, Китай продолжает оставаться надежным союзником. Темпы товарооборота между двумя странами нарастают, невзирая на всевозможные угрозы о введении новых экономических санкций, в первую очередь со стороны США. У партнеров на современном этапе появилось больше возможностей и перспектив для углубления и расширения стратегического партнерства не только в сфере экономики, но и по другим направлениям.

По итогам 2024 года Россия сохранила статус ведущего экспортера сырой нефти в Китай, объем поставки составило 108,47 млн тонн, на сумму 62,42 млрд долларов, что на 2,8% больше, чем в 2023 году. Это наибольший объем за всю историю взаимной торговли. Совокупный объем поставок сырой нефти всеми видами транспорта, включая трубопроводный, за 12 месяцев 2024 года оказался на 1% больше, чем в 2023 году. На сегодняшний день ПАО «Газпром» остается крупнейшим

поставщиком трубопроводного газа в Китай. Также в 2023 году российская сторона увеличила объем поставки сжиженного природного газа в Китай на 3,3%, что составляет 8,3 млн тонн на сумму 4,99 млрд долларов.

Самый главный товар китайского импорта в Россию- поставка автомобилей на сумму более 23 млрд долларов за 2024 год. В топе лидеров такие китайские бренды, как Geely, Haval и др. Экспорт из России растет быстрее, чем импорт из Китая. Российско-китайская дружба крепнет из года в год. Практически на 100% проводятся взаиморасчеты по торговым операциям между экономическими партнерами в рублях и юанях. В настоящее время между сторонами реализуется более 80 совместных инвестиционных проектов на сумму 20 трлн долларов [3].

Одним из наиболее ярким примером сотрудничества России и Китая является проект по строительству восточной ветки Российско-Китайского газопровода под названием «Сила Сибири» разработанного при поддержке российской компании «Газпром» и китайской корпорации CNPC [2].

Помимо этого примера совместные усилия государств направлены на реализацию проекта «Новый шелковый путь», подразумевающего строительство нового железнодорожного моста, что позволяет упростить логистическое взаимодействие между странами и укрепить их торгово-экономические взаимоотношения.

В ближайшем будущем РЖД планирует расширить возможности БАМа и Трансиба. Также руководство обеих стран рассматривает перспективу налаживания морского сухопутного сообщения, последнее из которых стало возможным благодаря строительству моста между российским Благовещенском и китайским городом Хэйхэ. Китай охотно стал вкладывать в проработку проекта строительства завода свинцово-цинкового месторождения на Новой Земле. Российская сторона планирует привлечь Китай к проекту по строительству СПГ-завода в Усть-Луге (Ленинградская область), которые ведут «Газпром» и «Русгаздобыча». Комплекс должен стать самым мощным по объему переработки газа в России и крупнейшим по объему производства СПГ в Северо-Западной Европе. Также Россия и Китай заинтересованы в финансировании иных крупных проектов в экономической сфере, которые могут существенно повлиять на модернизацию и стабилизацию их экономик.

Отдельного внимания заслуживает сотрудничество между странами в области туризма. Турпоток между странами по итогам 2024 года превысил 2 млн человек. Немаловажное значение между сторонами играет и военное сотрудничество. Главной целью укрепления взаимоотношений между Россией и Китаем в сфере военного сотрудничества является совместное противостояние агрессивной политике США, отношения с которыми крайне нестабильны у обеих стран [1]. Стратегическое значение между Россией и Китаем играет сотрудничество в сфере освоения космоса на современном этапе. Подписанное соглашение в феврале 2025 года между двумя странами о развитии лунной базы и укреплении сотрудничества в области космических исследований открывает новые возможности для обеих стран в освоении космического пространства.

Исследованию Луны и дальнего космоса, сотрудничество в сфере использования навигационных спутниковых систем ГЛОНАСС и Бейдоу. Строительство МНЛС (Международной научной лунной станции) должно полностью завершиться к 2035 году. Последние встречи лидеров двух стран Владимира Владимировича Путина и Си Цзиньпина в 2024-2025гг показывают об углублении отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия и укрепления сотрудничества в различных сферах, вступающих в новую эпоху в контексте указанных встреч.

И это далеко не весь перечень между экономическими партнерами на современном этапе. Имеющая политическая основа двусторонних отношений на сегодняшний день между Россией и Китаем способна и далее наращивать темпы экономического роста на современном этапе.

Таким образом, в условиях нынешней реальности сотрудничество России и Китая представляется выгодным в дипломатических и экономических аспектах, так как проведенные в рамках него мероприятия и заключенные договоренности позволяют представителям обоих государств получать финансовую выгоду от партнерства и значительно укреплять свои позиции на международной арене [4].

Библиографический список

1. Ли Сюйян. Военное сотрудничество КНР с Россией на современном этапе // Молодой ученый. 2021. № 48. С.67-77.
2. Нго Ле Зиу Хьонг. Экономическое сотрудничество России и Китая // Молодой ученый. 2021. № 2. С.262-264.
3. Тураева М.О., Яковлев А.А. Сотрудничество России и Китая в новых условиях // Россия и современный мир. № 3 (124). 2024. С.10-12.

4. Черных Е.О., Ефимова И.А. Перспективы социально-экономического сотрудничества России и Китая // Экономические отношения. Том 13. № 4. 2024. С.831-844.

5. Динамика товарооборота Китая и России. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/attach/0/20/RCEBFpresentation_2024.pdf.

УДК 338.24

Цифровая трансформация бизнеса

Полтавец О.А., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. В данной статье рассматривается феномен цифровой трансформации как стратегия современного бизнеса. Анализируется актуальность перехода на цифровые ресурсы в условиях глобальной экономики, выделяются ключевые проблемы на пути реализации трансформационных проектов. Подробно описываются преимущества, получаемые компаниями, успешно прошедшими этот путь, включая повышение операционной эффективности, качества клиентского обслуживания и формирование новых бизнес-моделей.

Ключевые слова: цифровая трансформация, бизнес-стратегия, инновации, цифровые технологии, данные, автоматизация

Digital transformation of business

Poltavets O.A., Lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. This article examines the phenomenon of digital transformation as a modern business strategy. It analyzes the relevance of the transition to digital resources in a global economy and highlights key challenges to implementing transformation projects. The benefits achieved by companies that have successfully completed this path are described in detail, including improved operational efficiency, customer service quality, and the formation of new business models.

Keywords: digital transformation, business strategy, innovation, digital technologies, data, automation

Сегодня словосочетание «цифровая трансформация» звучит повсюду, но его истинное значение часто остается не до конца понятным. Многие ошибочно полагают, что это просто перевод документов в электронный формат или покупка нового программного обеспечения. На самом деле, цифровая трансформация — это глубокая перестройка всей деятельности компании, ее процессов, культуры и способов взаимодействия с клиентами с использованием цифровых технологий [2].

Это глубокий организационный сдвиг, направленный на создание устойчивых конкурентных преимуществ в условиях, когда цифровая среда становится основным полем для конкуренции. Потребители, привыкшие к сервисам вроде Яндекс.Маркета или Сбера, ожидают такого же уровня удобства, скорости и персонализации от всех компаний без исключения. Это означает, что даже традиционный бизнес, например производство или сельское хозяйство, вынужден меняться, чтобы соответствовать новым стандартам.

Несмотря на перспективы, путь к полноценной цифровой трансформации полон препятствий, основными из которых являются:

1. Финансовые затраты. Перевод компании на новый уровень требует значительных инвестиций. Компаниям приходится вкладывать деньги в покупку оборудования, программного обеспечения и обучение персонала, что для многих малых и средних предприятий оказывается серьезным барьером.

2. Недостаточная квалификация кадров. Работа с большими объемами данных требует знания специальных методов обработки и анализа. Если компания не сможет обеспечить своим сотрудникам необходимую подготовку, процесс модернизации займет длительное время.

3. Безопасность данных. По мере усиления зависимости бизнеса от цифровых технологий возрастает угроза хакерских атак и утечек конфиденциальной информации. Поэтому компании вынуждены дополнительно инвестировать в защиту данных, что увеличивает общие затраты на цифровую трансформацию [1].

Несмотря на все препятствия внедрение цифровых технологий приносит бизнесу измеримую практическую пользу, что подтверждается данными исследований. Одним из наиболее значимых эффектов является рост операционной эффективности. Компании, прошедшие через

цифровую трансформацию, демонстрируют увеличение производительности на 40–50%.

Клиентоориентированность становится другим ключевым преимуществом, имеющим конкретное финансовое выражение. Организации, использующие аналитику больших данных для персонализации обслуживания, отмечают рост лояльности клиентов и увеличение среднего чека на 15–20%. Как показывают исследования, 78% потребителей готовы совершать повторные покупки у компаний, которые предлагают персонализированный опыт взаимодействия.

Что касается финансовых результатов, то цифровая трансформация напрямую влияет на доходность бизнеса. Согласно данным Deloitte, компании со зрелой цифровой культурой показывают в 1,5 раза более высокие темпы роста выручки. При этом рентабельность инвестиций в цифровизацию в среднем составляет 25–35%, а в отдельных секторах, таких как финансовые услуги или розничная торговля, может достигать 50% [3].

Глобальные инвестиционные тренды дополнительно подтверждают эффективность цифровой трансформации. Объем мировых расходов на соответствующие технологии к 2026 году достигнет 3,4 триллиона долларов, что свидетельствует о долгосрочной стратегической ценности этих преобразований для бизнеса различного масштаба и отраслевой принадлежности.

Цифровая трансформация – неизбежный этап развития каждого современного бизнеса. Несмотря на существующие препятствия, преимущества этого процесса делают его привлекательным для большинства компаний. Важно помнить, что ключевым фактором успеха является грамотное руководство процессом, продуманная стратегия и готовность коллектива принять перемены. Только при таком подходе можно рассчитывать на получение ощутимых результатов.

Библиографический список

1. Абдрахманова Г.И. Цифровая трансформация: ожидания и реальность / Г.И. Абдрахманова, С.А. Васильковский, К.О. Вишневский, М.А. Гершман, Л.М. Гохберг Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. 221 с.
2. Потапова Е.Г. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить / Е.Г. Потапова, П.М. Потеева, М.С. Шклярук. – М.: РАНХиГС, 2023. 184 с.
3. Прохоров А. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт. - М.: ООО «КомНьюс Групп», 2024. 368 с.

Современные аспекты управления государственными финансовыми активами

Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается понятие «государственных финансовых активов» в рамках внедрения финансового менеджмента в госсекторе, приводится обзор нормативно-правовой базы по вопросам управления финансовыми активами государства.

Ключевые слова: финансовые активы, временно свободные денежные средства бюджетов, задолженность по бюджетным кредитам

Modern aspects of public financial asset management

Tarasova A.Yu., PhD (Economics), Associate Professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the concept of "public financial assets" in the framework of the introduction of financial management in the public sector, provides an overview of the regulatory framework for the management of financial assets of the state.

Keywords: financial assets, temporarily available budget funds, debt on budget loans

Отличительной чертой современного этапа развития практики управления государственными финансами является внедрение принципов и методов финансового менеджмента, которые характерны для управления финансами в частном секторе. Это связано с тем, что так же, как и в бизнесе, в государственных финансах необходимо обеспечивать высокий уровень эффективности использования финансовых ресурсов.

Процесс внедрения финансового менеджмента в государственный сектор начался достаточно давно, так в 2007 году Минфин РФ выпустил приказ № 123н «Об организации проведения мониторинга качества финансового менеджмента, осуществляемого главными распорядителями

средств федерального бюджета» (10.12.2007 г.), в этом документе было дано понятие «финансовый менеджмент» применительно к государственному сектору. Так, согласно приказу № 123н «в соответствии с данными документами под финансовым менеджментом понимается совокупность процессов и процедур, обеспечивающих эффективность и результативность использования бюджетных средств и охватывающих все элементы бюджетного процесса (составление проекта бюджета, исполнение бюджета, учет и отчетность, контроль и аудит)» [1].

Финансовый менеджмент в обычной его трактовке в качестве объектов управления рассматривает денежные потоки, активы, в том числе финансовые активы, источники формирования активов, финансовые результаты, финансовые риски и др.

В данной работе остановимся на понятии государственных финансовых активов и на процедурах управления ими с точки зрения финансового менеджмента в государственных финансах.

Согласно методологии, используемой в системе национальных счетов финансовые активы государства включают не только деньги, монетарное золото, вложения в ценные бумаги, депозиты, но также и СДР (специальные права заимствования в рамках МВФ), страховые технические резервы [2]. Некоторые активы из перечисленных выше используются Центральным банком для осуществления своих функций, связанных с управлением золотовалютными резервами (монетарное золото и СДР), в данной работе мы не будем рассматривать вопросы, связанные с этим направлением. Таким образом, учитывая специфику понятия финансового менеджмента применительно к государственным финансам в составе финансовых активов выделим:

- временно свободные денежные средства бюджетов;
- финансовые вложения;
- задолженность по бюджетным кредитам;
- прочая дебиторская задолженность;
- средства суверенных фондов.

Обратим внимание, что мы переходим от понятия «денежные средства» к понятию «временно свободные денежные средства бюджетов» — это средства, которые находятся в распоряжении государственных или муниципальных бюджетов, но в данный момент не используются для финансирования текущих расходов или обязательств. Они возникают в результате разницы между фактическими поступлениями и расходами бюджета, а также в случае задержек в осуществлении платежей. Собственно, свободные денежные средства на

счетах частных компаний накапливаются также в результате отсутствия необходимости немедленного погашения обязательств, обеспечивают запас ликвидности компании или могут использоваться для получения дополнительного дохода с помощью финансовых инструментов.

Наличие временно свободного остатка денежных средств бюджетов позволяет органам власти более эффективно планировать свои расходы и реагировать на непредвиденные ситуации, получать дополнительный доход за счет инвестирования этого свободного остатка, поддерживать ликвидность и возможность выполнения обязательств бюджета.

Однако необходимо учитывать, что и в сфере финансов корпораций, и особенно в сфере государственных финансов, денежные средства, размещенные в финансовые инструменты, через определенный срок без потери стоимости должны вернуться на расчетный счет компании или счет бюджета.

Временно свободные денежные средства бюджета находятся на едином счете бюджета — это специальный счет, открытый в органах казначейства, на котором аккумулируются все бюджетные средства, поступающие в бюджеты разных уровней (федеральный, региональный, местный). Единый счет бюджета служит основным инструментом для управления бюджетными средствами и обеспечивает централизованное ведение учета и контроля за движением бюджетных средств [3].

При этом необходимо различать такие понятия как единый счет бюджета и единый казначейский счет. Согласно статье 6 Бюджетного кодекса РФ:

- единый счет бюджета - казначейский счет (совокупность казначейских счетов для федерального бюджета, бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации), открытый (открытых) в Федеральном казначействе отдельно по каждому бюджету бюджетной системы Российской Федерации для осуществления и отражения операций с денежными средствами по поступлениям в бюджет и перечислениям из бюджета [4];

- единый казначейский счет – банковский счет (совокупность банковских счетов), открытый (открытых) Федеральному казначейству в Центральном банке Российской Федерации в валюте Российской Федерации (в кредитных организациях – в иностранной валюте) для совершения переводов денежных средств в целях обеспечения осуществления и отражения операций на казначейских счетах, за исключением казначейских счетов для осуществления и отражения

операций с денежными средствами Фонда национального благосостояния [4].

Далее обратим внимание на статьи Бюджетного кодекса РФ, которые определяют основные направления использования временно свободных денежных средств бюджета (рис. 1).

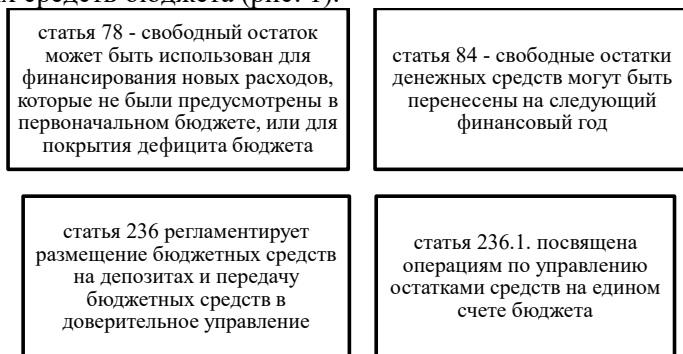


Рисунок 1. Основные статьи БК РФ, регламентирующие использование временно свободных денежных средств бюджета

Операции по размещению временно свободных денежных средств включают (рис. 2).

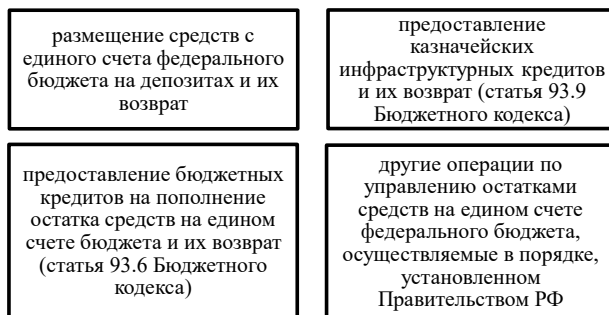


Рисунок 2. Операции по размещению временно свободных денежных средств бюджета

Помимо Бюджетного кодекса операции по управлению денежными средствами бюджетов регламентируются еще рядом отдельных нормативно-правовых документов.

Если финансовый менеджер частной компании определяет возможный уровень рискованности финансовых операций исходя из

финансовой стратегии, принятой собственниками компании, то в сфере государственных финансов ограничение рискованности финансовых вложений и обеспечение их ликвидности определяется нормативно-правовыми документами. В результате этого денежные средства остаются в сфере государственных финансов.

В отношении операций по размещению временно свободных средств бюджетов необходимо уточнить, что это могут делать субъекты, которые способны самостоятельно аккумулировать доходы, а доля финансирования за счет федеральных трансфертов составляет не более 20% (без учета субвенций).

Однако введение в практику договоров банковского вклада (депозита) с центральным контрагентом Федеральное казначейство получило возможность размещать остатки денежных средств, которые ранее просто копились на счетах бюджетов различных субъектов РФ, стали приносить процентный доход всем субъектам РФ. Например, Алтайский край, на счетах которого в Федеральном казначействе находился остаток, не мог управлять им, а благодаря нововведению – операциям Федерального казначейства с центральным контрагентом – этот субъект РФ получил доход от размещения свободного остатка, равный 15% неналоговых доходов Края.

Еще один вид финансовых активов государства – задолженность по предоставленным кредитам. Бюджетные кредиты и казначейские инфраструктурные кредиты – это два разных инструмента финансирования, которые используются в рамках бюджетной системы.

Казначейские инфраструктурные кредиты – это отдельный вид кредитов, предоставляемых Федеральным казначейством регионам и муниципалитетам для финансирования инфраструктурных проектов. Они предназначены для поддержки развития инфраструктуры и могут иметь особые условия предоставления и возврата, установленные правительством. По данным 2025 года, средства казначейских инфраструктурных кредитов могут быть направлены на реализацию таких проектов, как: модернизация ЖКХ, поддержка инвестиционных проектов в сфере туризма, ОЭЗ, ТОР, приобретение городского транспорта, мастер-планы городов. Все это должно стать стимулом для наращивания инвестиций в развитие регионов.

Библиографический список

1. Туманов Д.В. Отраслевые особенности финансового менеджмента / Д.В. Туманов, А.В. Райхлина, М.О. Ермоленко. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2019. 107 с.

2. Управление государственным и муниципальным имуществом: учебник / Бакулина А.А., Красюкова Н.Л., Панина О.В., Прокофьев С.Е.; под ред. С.Е. Прокофьева. М.: КНОРУС, 2022. <http://ivo.garant.ru/#/document/77015443>.

3. Гуринович А.Г. Нормативно-правовая регламентация бюджетного процесса в России: учебное пособие. – М.: Юстицинформ, 2023. <http://ivo.garant.ru/#/document/480901866>.

4. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 31.07.2025).

УДК 336.1

Особенности бюджетного процесса в 2025 году

Шестакова Н.Н., канд. экон. наук, доцент

Красноярский государственный аграрный университет

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению новаторских подходов при формировании федерального бюджета Российской Федерации на 2026 год и плановый период до конца 2028 года. Анализируются ключевые направления модернизации бюджетных процессов, направленные на повышение эффективности расходования государственных средств, обеспечение финансовой устойчивости государства и стимулирование социально-экономического развития регионов. Исследуются перспективные инструменты управления государственными финансами, включая внедрение цифровых технологий, прогнозирование налоговых поступлений и контроль исполнения бюджетных обязательств.

Ключевые слова: федеральный бюджет, новации, управление, цифровизация, оптимизация, модернизация, регулирование

Features of the budget process in 2025

Shestakova N.N., candidate of economic sciences, associate professor

Krasnoyarsk State Agrarian University

Abstract. The article is devoted to the consideration of innovative approaches in the formation of the federal budget of the Russian Federation for 2026 and the planned period until the end of 2028. The key directions of

modernization of budgetary processes aimed at increasing the efficiency of spending public funds, ensuring the financial stability of the state and stimulating the socio-economic development of the regions are analyzed. Promising public finance management tools are being explored, including the introduction of digital technologies, forecasting tax revenues, and monitoring the fulfillment of budget obligations.

Keywords: federal budget, innovations, management, digitalization, optimization, modernization, regulation

Бюджетный процесс представляет собой совокупность организационно-правовых процедур, направленных на формирование, утверждение, исполнение бюджета государства и контроль над его исполнением. Организация процесса составления бюджета определяется рядом факторов, среди которых особое значение имеют экономические условия, политические приоритеты и институциональные особенности.

Особенность современного этапа развития российского бюджетного процесса заключается в стремительном развитии цифровой экономики, усилении фискальной нагрузки и повышении требований к прозрачности бюджетных расходов.

В 2025 году бюджетный процесс претерпевает значительные изменения, обусловленные переходом к новым экономическим реалиям и модернизацией государственных институтов управления финансовыми ресурсами. Ключевые изменения, произошедшие в бюджетном процессе в 2025 г., связаны с совершенствованием системы межбюджетных трансфертов, расширением практики целевого финансирования отдельных отраслей социальной сферы и оптимизацией механизмов контроля исполнения расходных обязательств. Одним из важнейших направлений реформирования является внедрение новых технологий управления государственными финансами, включая цифровизацию учетных процессов и использование инструментов прогнозирования финансовых потоков.

Состоявшийся в июне 2025 года в Минфине России семинар-совещание с главными распорядителями средств федерального бюджета был посвящен рассмотрению вопросов современных новаций бюджетного процесса при формировании проекта федерального бюджета на 2026 год и на плановый период 2027 и 2028 годов.

Участниками и спикерами совещания были освещены ряд инновационных подходов к процессу составления бюджета на предстоящий период, которые важно понимать, чтобы быть готовыми с

ними работать. Для успешного выполнения намеченных целей было подчеркнуто значение высокого уровня взаимодействия между главных распорядителей бюджетных средств.

Руководителями различных департаментов Минфина России в рамках своих полномочий были изложены и охарактеризованы новая методология планирования расходов, оптимизированные процедуры подготовки проекта бюджета, а также достаточно широкий перечень технологических новшеств.

Пристальное внимание при формировании бюджета в условиях современных вызовов уделяется вопросам эффективности распределения бюджетных ресурсов, поскольку экономическое развитие страны требует повышения качества государственных услуг и поддержки приоритетных секторов экономики. Реализация мероприятий направлена на обеспечение сбалансированности бюджетов всех уровней, минимизации рисков дефицита и повышение устойчивости финансовой системы государства.

В целях обеспечения более гибкого и эффективного управления уже выделенными ресурсами применяется новация, включающая два важнейших направления. Первое из них – «возвратное» распределение бюджетных ассигнований. Были представлены новые правила и механизмы для рассмотрения и перераспределения бюджетных средств, которые были выделены ранее, но могли быть не использованы в полном объеме или им требуется корректировка.

Вторым направлением стали предложения по выделению дополнительных бюджетных ассигнований. Были использованы новые, более прозрачные и структурированные процедуры оценки и утверждения запросов на выделение дополнительных финансовых средств из бюджета, что призвано упорядочить процесс получения внепланового финансирования.

В бюджетном процессе 2025 года по вопросам формирования доходной части проекта федерального бюджета определены приоритетные задачи главных администраторов доходов. Обновлена цифровая форма методик прогнозирования доходов, применяется пилотный проект формирования электронных перечней главных администраторов доходов. По мнению Минфина России, оперативная корректировка Перечня источников доходов всеми участниками бюджетного процесса, занимающимися вопросами доходной части с учетом разработанных ведомством методических рекомендаций, является крайне необходимой. Данная мера, как считает главный финансовый

орган страны, позволит завершить цифровизацию системы управления доходами федерального бюджета.

В вопросах расходных обязательств новыми подходами к формированию обоснования бюджетных ассигнований стал переход к обновленным методам планирования бюджетных ассигнований, структурированным по элементам государственных программ РФ. Переход к новым методикам планирования бюджетных расходов требует детального анализа подходов к обоснованному распределению финансовых ресурсов государства. Важнейшей задачей становится разработка научно-обоснованных механизмов оценки эффективности расходных обязательств в рамках выполнения государственных программ Российской Федерации.

Также в рамках формирования проекта федерального закона «О федеральном бюджете на 2026 год и плановый период 2027 и 2028 годов» распределение межбюджетных трансфертов и сроков выполнения данных процедур должны соответствовать актуальным требованиям. Работа с межбюджетными трансфертами ведется согласно установленным этапам графика подготовки федерального бюджета, а сверка исходных данных в системе «Электронный бюджет» проводится с учетом особенностей. Сроки формирования проекта федерального бюджета в части межбюджетных трансфертов конкретизированы согласно с общей установки Президента и Правительства, в соответствии с которой распределенные трансферты должны быть доведены до субъектов в срок до начала сентября текущего года.

Подготовка проекта федерального бюджета на 2026 год и плановый период 2027–2028 годов осуществляется с применением измененной бюджетной классификации Российской Федерации. Остался ранее действовавший порядок распределения кодификации бюджетных расходов. Также сохранено отражение распределения бюджетных ассигнований на реализацию проектов в государственных программах по ранее действовавшему принципу соответствия одного результата федерального проекта одному коду целевой статьи расходов. Исключение составляют ряд субсидий: консолидированных бюджетам субъектов РФ, объединенных субсидий или грантов в форме субсидий юридическим лицам.

Вместе с тем появились непредусмотренные ранее коды 891–895, которые теперь могут быть присвоены новым видам расходов, появившимся при планировании бюджетных ассигнований на 2026–2028 годы на предоставление субсидий юридическим лицам, индивидуальным

предпринимателям, при их участии в концессионных соглашениях, а также на финансовое обеспечение лизинговых операций или финансовой аренды. Новые коды бюджетной классификации (КБК) уже содержатся в обновленной версии системы «Электронный бюджет».

Наряду с другими сферами общественной жизни в сфере управления государственными и муниципальными финансами и информационного обеспечения бюджетного процесса продолжается совершенствование информационных технологий, предусматривающее внедрение обновленной версии системы «Электронный бюджет». Новая версия функционирования системы основана на принципах исключения дублирующего и избыточного документооборота, оптимизации клиентского пути, удобства интерфейса и навигации. Внедрение этих корректировок должно облегчить взаимодействие с системой как для сотрудников, так и для внешних контрагентов.

Таким образом, особенности бюджетного процесса в 2025 году обусловлены необходимостью решения комплексных задач модернизации национальной экономики и усиления роли федерального центра в регулировании региональных финансов.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 31.07.2025).

2. Новации в процессах составления бюджета на 2026 и плановый период 2027 и 2028 годов [Электронный ресурс]. URL: <https://minfin.gov.ru>.

УДК 338.47

Оценка потенциала региональной логистики в экономике России на примере Красноярского края

Шестакова М.В., преподаватель ИКК

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Развитие регионального логистического потенциала играет важную роль в укреплении позиций отечественной экономики и обеспечении устойчивого экономического роста территорий. Красноярский край обладает значительным потенциалом для активизации региональных логистических сетей, способствующих эффективному

взаимодействию хозяйствующих субъектов, ускорению темпов промышленного производства и улучшению качества жизни населения.

Ключевые слова: региональная экономика, логистика, логистический потенциал, экономический рост, регион

Assessing the potential of regional logistics in the Russian economy using the example of Krasnoyarsk krai

***Shestakova M.V.**, lecturer IKK*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. Developing regional logistics potential plays a vital role in strengthening the domestic economy and ensuring sustainable economic growth in the regions. Krasnoyarsk Krai has significant potential for activating regional logistics networks, facilitating effective interaction between economic entities, accelerating industrial production, and improving the quality of life.

Keywords: regional economy, logistics, logistics potential, economic growth, region

Логистические процессы играют значительную роль в экономическом развитии любого региона, обеспечивая эффективное перемещение товаров, ресурсов и рабочей силы. Цель данной статьи состоит в комплексной оценке потенциала региональной логистики Красноярского края и определении возможностей его использования для повышения экономической эффективности региона.

Красноярский край характеризуется разнообразием природных ландшафтов, богатством природных ресурсов и обширностью территории. Все это создает уникальные условия для развития региональной логистики, обеспечивающей интеграцию производственных мощностей, инфраструктурных объектов и социально значимой инфраструктуры [1].

Среди основных преимуществ региональной логистики выделяют следующие:

- наличие развитой речной сети (Енисей, Ангара);
- присутствие крупного железнодорожного узла (Транс-Сибирская магистраль);
- разнообразие видов транспорта (железнодорожный, автомобильный, водный, воздушный).

Однако, несмотря на имеющийся потенциал, регион сталкивается с рядом трудностей:

- слабая интеграция региональных производителей и потребителей;
- недостаточная координация усилий федеральных и местных органов власти;
- отсутствие эффективных механизмов стимулирования инвестиций в инфраструктуру.

Ключевыми элементами действующей логистической инфраструктуры региона выступают железнодорожные линии, автомобильные дороги федерального и местного значения, порты и аэропорты. Однако существующие маршруты часто недостаточно эффективны, что ведет к удорожанию транспортировки сырья и готовых изделий.

Наиболее значимым элементом региональной логистики является Транссибирская железная дорога, соединяющая восток и запад страны. Вместе с тем, большая протяженность дорог и удаленность населенных пунктов приводят к высоким транспортным издержкам и низкой доступности многих районов края [2].

Водный транспорт имеет значительный потенциал, особенно учитывая богатые гидроресурсы региона. Однако низкая интенсивность судоходства и сезонность эксплуатации ограничивают возможности водных магистралей.

Воздушный транспорт также востребован ввиду большой площади региона и труднодоступности некоторых населенных пунктов. Несмотря на наличие ряда аэропортов, пассажирские и грузовые авиаперевозки остаются дорогостоящими и ограниченными [3].

В январе-июле 2025 г., по предварительным данным, автомобильным транспортом организаций, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, средняя численность работников которых превышает 15 человек, перевезено 34,8 млн тонн грузов, что на 11,2% меньше уровня января-июля 2025 г., грузооборот уменьшился на 1,6% и составил 2061,9 млн тонно-километров.

Оценивая имеющиеся предпосылки, можно выделить несколько стратегических направлений развития региональной логистики:

1. Активизация межрегиональных связей через создание логистических хабов.
2. Инвестиции в дорожную инфраструктуру, расширение дорожной сети.

3. Продвижение инициативы по развитию водного транспорта и внутренних водных путей.

4. Упрощение административных барьеров для инвестиционных проектов в сфере логистики.

5. Поддержка инициатив по внедрению современных информационных технологий в сферу логистики.

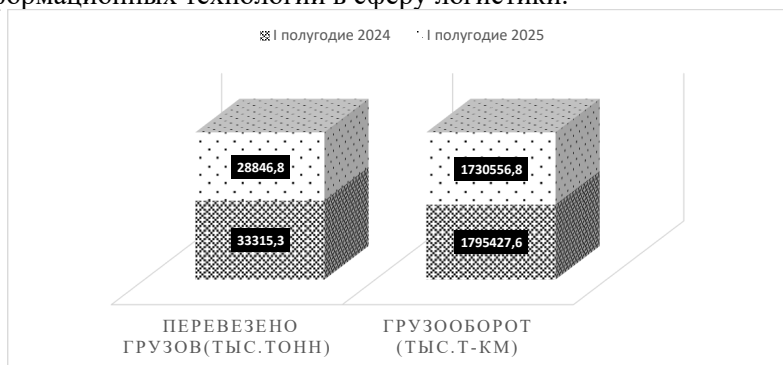


Рисунок 1. Динамика перевозки грузов и грузооборота автомобильного транспорта в Красноярском крае

Реализация указанных мер создаст дополнительные стимулы для ускорения экономического роста региона, увеличения объема экспорта продукции и повышения привлекательности региона для инвесторов.

Исследование показало, что потенциал региональной логистики Красноярского края недооценен и нуждается в дальнейшей проработке. Для достижения поставленной цели необходимы комплексные меры, включающие инвестиции в инфраструктуру, развитие инновационных логистических решений и активное привлечение частных капиталовложений.

Для полноценного раскрытия потенциала региональной логистики рекомендуется:

- расширить федеральные и краевые программы поддержки инвестпроектов в логистической сфере;
- модернизировать существующие объекты инфраструктуры, увеличить пропускную способность дорог и мостов;
- развивать информационные системы управления логистическими процессами;
- привлекать частные инвестиции в строительство логистических парков и терминалов.

Данные меры позволят ускорить оборот товаров, снизить себестоимость перевозок и привлечь новые производственные мощности в регион.

Решение поставленных задач обеспечит устойчивое развитие экономики региона, повысит уровень занятости и улучшит инвестиционный климат, способствуя дальнейшему росту благосостояния жителей Красноярского края.

Исследуя потенциал региональной логистики Красноярского края, мы пришли к выводу, что грамотное использование имеющихся ресурсов и устранение препятствий смогут значительно повысить экономическую активность региона.

Библиографический список

1. Лаврова Е.Н. Транспортно-логистическая инфраструктура регионов России. – Новосибирск: Наука, 2021. 288 с.
2. Миронов В.Г. Проблемы региональной логистики и пути их преодоления // Экономические науки. 2022. № 1. С. 113–120.
3. Николаев С.В. Региональная логистика и пространственное развитие экономики. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2021. 368 с.
4. Чепурной А.П. Комплексный подход к исследованию и развитию региональной логистики // Региональная экономика и управление. 2022. № 2. С. 78–86.

Секция 5. Информатизация и цифровизация общества

УДК 343.72

Мошенничество в эпоху цифровых технологий

Батракова Л.Г., *д-р экон. наук, профессор*
Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского

Аннотация. В статье представлены проблемы, связанные с цифровой трансформацией общества. Уделено внимание финансовому мошенничеству как самому распространенному в настоящее время виду преступления. Приводятся статистические данные Росстата, МВД и ЦБ по итогам 2024 и начала 2025 года по действиям кибермошенников в России. Показано, что мошенничество в сети Интернет представляет серьезную угрозу для общества, оказывая значительное социальное влияние на различные сферы жизни.

Ключевые слова: цифровизация, банковские карты, мошенничество, кибермошенничество, фишинговая активность

*Batrakova L.G., DScdoctor of Economics, Professor
Yaroslavl state pedagogical University named after K.D. Ushinsky*

Fraud in the digital age

Abstract. The article presents the problems associated with the digital transformation of society. It focuses on financial fraud as the most widespread type of crime at the moment. The article provides analytical data from Rosstat, the Ministry of Internal Affairs, and the Central Bank on the actions of cybercriminals in Russia in 2024 and early 2025. It shows that online fraud poses a serious threat to society, having a significant social impact on various aspects of life.

Keywords: digitalization, bank cards, fraud, cyber fraud, and phishing activity

Национальная цифровая трансформация является ключевой задачей для России в 2025 году. Цифровизация общества предполагает повсеместное внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни: экономику, образование, культуру и т. п. Они позволяют автоматизировать множество процессов как в бизнесе, так и в повседневной жизни. Вместе с тем цифровизация сопряжена с рядом вызовов: зависимость от ИТ-инфраструктуры, неравенство доступа к технологиям, угроза утечки информации, рост числа кибератак, развитие киберпреступности, интернет-мошенничество и др.

Мошенничество является одним из самых распространенных видов преступлений, совершаемых в мире. Его опасность обуславливается значительным ростом и появлением все новых форм, а также суммами материального ущерба потерпевших.

В УК РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 25.10.2024) «мошенничество» определено как хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием [1]. Интернет-мошенничество — это противоправные действия, совершаемые через цифровые каналы (почта, соцсети, сайты, мессенджеры) с целью обмана, кражи данных или денежных средств. Также мошенничество влияет на социокультурное

доверие. Оно может привести к разделению общностей, особенно когда определенные группы становятся объектами мошеннических схем.

Статистика показывает, что количество интернет-мошенничеств растет в арифметической прогрессии, а тренды киберпреступлений напрямую связаны с развитием технологий. Как только появляется что-то новое, мошенники достаточно быстро это новое осваивают. В связи с этим в марте 2025 года Госдума приняла закон о мерах по противодействию телефонному мошенничеству и мошенничеству, совершаемому с использованием сети Интернет [2].

История интернет-мошенничества началась в 90-х годах прошлого столетия, с появлением массового доступа населения к персональным компьютерам. Одним из первых известных случаев считают появление электронных писем, в которых обещались крупные денежные суммы или лотерейные выигрыши. В этот период мошенники незаконным путем завоевывали личные данные пользователей интернета, например логины и пароли для подключения к сети или от почтовых ящиков.

В 2000-е годы с внедрением онлайн-оплаты банковскими картами появилось экономическое мошенничество. Его целью было хищение информации о банковской карте [3]. С появлением интернет-магазинов мошенники нашли способ обманывать своих жертв, продавая несуществующий товар.

С 2016–2017 годов начался новый период в развитии киберпреступлений. Это напрямую было связано с широким внедрением смартфонов. Злоумышленники стали активно пользоваться взломом устройств с помощью вирусов-троянов и фальшивых приложений.

Новая эпоха началась в 2020 году, одновременно с пандемией. Ковид заставил человечество перейти в онлайн-формат и в разы активнее использовать интернет. В это же время произошел новый виток развития технологий. Началась эпоха социальной инженерии – нового типа манипулирования людьми [4].

По данным МВД, в 2024 году размер ущерба от действий кибермошенников вырос на 36% и составил 200 млрд рублей. Было зафиксировано 486 тыс. случаев онлайн-мошенничества [7]. По оценке Сбербанка, ущерб от телефонного мошенничества в 2024 году составил не менее 295 млрд рублей. По данным ЦБ по итогам первого квартала 2025 года суммарный ущерб россиян от действий мошенников составил в общей сложности почти 6,9 млрд рублей [8].

По количеству преступлений и размеру материального ущерба Ярославская область находится на 4 месте в ЦФО. В 2024 году в

Ярославской области 40% от числа зарегистрированных преступлений были в сфере информационных и телекоммуникационных технологий. Их количество составило 6166. За прошлый год в области раскрыто более 1500 преступлений, совершенных с использованием ИТ-технологий, задержано 152 лица, которые похитили у граждан 55 млн рублей. В частности, на 74,2% увеличилось число преступлений с использованием компьютеров, на 88,6% - с мобильными телефонами, на 67,5% - в сети Интернет, на 8,2% - с банковскими картами. Общий размер материального ущерба от мошенничеств с использованием информационных технологий составил 693 млн руб. [5, 6].

По данным международной компании «Лаборатории Касперского», работающей в сфере информационной безопасности и цифровой приватности с 1997 г., только за полгода в России было зафиксировано 6,2 млн атак на смартфоны и 23,6 млн попыток переходов на фишинговые сайты.

Национальная система противодействия DDoS-атакам появилась в России только в начале 2024 г. В первой половине 2024 г. наибольшее количество сайтов было заблокировано для Сбербанка – 4236, Юла – 4018, Альфа-банка – 1384, Telegram – 792, ВТБ – 130. В целом компания защитила более 1 млрд устройств от массовых киберугроз и целенаправленных атак. Это указывает на активную работу мошенников в этой сфере.

В целом по России в 2025 году наблюдается тенденция роста мошеннической активности. В число городов и областей с высокой мошеннической активностью вошли: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Новосибирская и Самарская области, Краснодарский край, а с невысокой мошеннической активностью отмечена в Оренбургской области, Ханты-Мансийском АО, Омской, Вологодской, Мурманской областях, Приморском крае, Республике Бурятия.

Фишинговая активность мошенников может вырасти на фоне заседания Центрального банка России и обсуждения ключевой ставки (сентябрь 2025). В этом случае мошенники действуют от якобы представителей банков. Появились схемы с предложением приобрести активы, которые не пострадают от изменения ставки: золото или криптовалюту.

Таким образом, мошенничество представляет серьезную угрозу для общества, оказывая значительное социальное влияние на различные сферы жизни. Цифровизация предоставляет мошенникам новые возможности для выполнения атак, включая кибермошенничество.

Виртуализация экономических и социальных взаимодействий расширяет сферу действия мошенников, делая более трудным их выявление и пресечение. Для борьбы с этим вызовом необходимо развивать эффективные меры безопасности и законодательство, способные адаптироваться к быстро меняющемуся цифровому ландшафту. Важным аспектом является повышение осведомленности общества о рисках мошенничества, а также укрепление системы кибербезопасности.

Библиографический список

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2025).
2. Федеральный закон от 01.04.2025 № 41-ФЗ "О создании государственной информационной системы противодействия правонарушениям, совершаемым с использованием информационных и коммуникационных технологий, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".
3. Батракова Л.Г. Экономико-статистический анализ кредитных операций коммерческого банка [учебное пособие] для студентов высших учебных заведений, получающих образование по направлениям (специальностям) "Финансы и кредит" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Сер. Новая университетская библиотека. М.: Логос, 2008. 214 с.
4. Батракова Л.Г. Развитие финансового мошенничества в России и в мире // В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. сборник научных трудов VIII Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. Ярославль, 2025. С. 121–124.
5. В Ярославской области в 2023 году вдвое выросло... [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall89460512_163324?ysclid=m5205pmoio336075387.
6. Стало меньше преступлений: Ярославской области подвели итоги работы полиции за 2024 год [Электронный ресурс]. URL: <https://yarreg.ru/articles/stalo-menshe-prestupleniy-yaroslavskoy-oblasti-podveli-itogi-raboty-policii-za-2024->.
7. Ущерб от действий кибермошенников в РФ в 2024 г. вырос на 36%, до 200 млрд руб. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/russia/1009710>.
8. ЦБ раскрыл ущерб россиян от мошенников [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2025/05/16/tsb-raskryl-uscherb-rossiyan-ot-moshennikov/?ysclid=mfv3dk722m416265141>.

Применение единой информационной среды для организации образовательного процесса

Богун В.В., канд. пед. наук, доцент

Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)

Аннотация. В рамках предлагаемой статьи представлены основные аспекты реализации единой информационной образовательной среды для обучения дисциплинам естественнонаучного цикла и прикладным дисциплинам, связанным с реализацией комплексных расчетных проектов, подразумевающих выполнение необходимых вычислительных алгоритмов с наглядным представлением числовых значений параметров исходных данных, промежуточных и итоговых результатов расчетов. Под единой информационной образовательной средой подразумевается интеграция вычислительных компонентов на локальном уровне с реализацией работы в качестве продвинутого пользователя (табличный редактор Excel) или программиста (язык программирования Python) и на удаленном уровне с точки зрения работы в рамках авторской дистанционной системы динамических расчетных проектов.

Ключевые слова: единая информационная образовательная среда, дистанционные расчетные проекты, табличный редактор Excel, язык программирования Python

The use of a unified information environment for the organization of the educational process

Bogun V.V., PhD (Pedagogy), Associate Professor

International Academy of Business and New Technologies (MUBiNT)

Abstract. The proposed article presents the main aspects of the implementation of a unified information educational environment for teaching disciplines of the natural science cycle and applied disciplines related to the implementation of complex computational projects involving the implementation of necessary computational algorithms with a visual representation of the numerical values of the parameters of the initial data, intermediate and final calculation results. A unified information educational environment means the integration of computing components at the local level

with the implementation of work as an advanced user (Excel spreadsheet editor) or programmer (Python programming language) and at the remote level in terms of working within the author's remote system of dynamic calculation projects.

Keywords: unified information educational environment, remote computing projects, Excel spreadsheet editor, Python programming language

При реализации образовательного процесса в вузах в целом и решения комплексных задач в рамках изучения учебных дисциплин естественнонаучного цикла в частности применение информационно-коммуникационных технологий целесообразно рассматривать в разрезе интеграции, с одной стороны, принципиально различных видов данных технологий, а, с другой стороны, дополняющих друг друга с точки зрения организации различных видов деятельности студентов вузов [2, 5].

Наиболее полно подобная интеграция указанных различных видов информационно-коммуникационных технологий раскрывается при выполнении студентами комплексных расчетных проектов, подразумевающих решение более частных взаимосвязанных между собой детализированных задач, в рамках которых осуществляется последовательный переход от рассматриваемого числового массива значений параметров исходных данных к числовому массиву значений параметров итоговых результатов расчетов через призму получения массива значений параметров промежуточных результатов расчетов, которые являются исходными данными для выполнения последующего локального уровня решения изначально поставленной глобальной вычислительной задачи.

Процесс обучения студентов вузов при изучении учебных дисциплин естественнонаучного цикла должен рассматриваться в разрезе формирования необходимых компетенций различного характера [6, 8], подразумевающих полноценную интеграцию формируемых в рамках проведения аудиторных учебных лекционных (получение необходимой базы теоретических знаний), практических (освоение необходимых для решения задач начального уровня умений) и лабораторных (реализация интеграционных связей как между разделами одной учебной дисциплины, так и взаимосвязанных прикладных учебных дисциплин) занятий.

Однако помимо реализации сугубо аудиторных занятий необходимо отметить особую важность организации самостоятельной деятельности обучающихся в сфере необходимости получения навыков оптимального

планирования и распределения времени и учебной нагрузки в процессе решения поставленных комплексных вычислительных прикладных или профессионально-ориентированных задач [7, 8] в ракурсе применения технологий и методологий выполнения проектной деятельности учащихся, позволяющей самостоятельно планировать студентам алгоритм выполнения взаимосвязанных задач.

С точки зрения комплексной интеграции в образовательном процессе различных видов информационно-коммуникационных технологий автором предлагается следующий описанный ниже подход, основанный на реализации триады из редактора электронных таблиц Excel, интерпретируемого языка программирования Python и авторской дистанционной системы динамических расчетных проектов в разрезе их соответствия представленным выше видам аудиторных занятий (лекционные, практические и лабораторные занятия) и выполняемой студентами удаленной самостоятельной работы.

При проведении лекционных аудиторных занятий преподавателем необходимо наглядно демонстрировать возможности применения табличного редактора Excel и языка программирования Python на примере многоаспектного использования данных видов информационно-коммуникационных технологий при решении определенного круга базовых задач с акцентом на особенности применения основных функциональных возможностей в рамках имеющихся в рамках редактора электронных таблиц Excel встроенных категорий функций и реализуемых для языка программирования Python программных библиотек в процессе оперативного нахождения решения базовых задач, отражающих в основном суть озвучиваемых лектором основных моментов, связанных с формированием необходимой базы теоретических знаний.

В рамках практических занятий преподаватель совместно со студентами сначала решает «вручную» задачи начального уровня сложности, которые в основном базируются на применении полученной в рамках обозначенных ранее лекционных занятий теоретической базы, а затем рассматривает решение данного класса задач через призму реализации функциональных возможностей редактора электронных таблиц Excel с точки зрения практического использования соответствующего функционала и программных библиотек языка программирования Python.

В отличие от проведения теоретических занятий, на уровне реализации практических занятий студенты на начальном уровне начинают осуществлять самостоятельную деятельность, пусть и в рамках

решения задач начального уровня сложности, которая подразумевает, во-первых, решение практических задач «вручную» с целью понимания необходимых алгоритмических компонентов, во-вторых, применение табличного редактора Excel для цифровой реализации обозначенного алгоритма решения задачи на уровне пользователя с точки зрения интегрированного применения арифметических и логических операций, а также несложных по уровню встроенных функций, и, в-третьих, начальное по уровню сложности использование интерпретируемого языка программирования Python для реализации в рамках исходного кода полноценных алгоритмов рассматриваемого цикла практических задач, при этом наглядному представлению подлежат массивы числовых значений параметров исходных данных и итоговых результатов расчетов, а также в минимальном количестве параметров промежуточных расчетов [1, 3].

Что касается проведения лабораторных занятий по дисциплинам естественнонаучного цикла, то в данном случае для формирования необходимого круга навыков студентов вузов целесообразно рассмотрение сложных по уровню исследовательских работ, выполняемых с целью исследования определенного отдельно взятого явления или процесса в рамках обозначенной предметной области с точки зрения обнаружения функциональных или статистически значимых зависимостей между отдельными взятыми параметрами или совокупностями параметров изучаемого процесса с точки зрения математического или статистического анализа имеющегося конечного множества числовых значений для каждого необходимого отдельного взятого параметра процесса.

Очевидно, что в данном случае применение табличного редактора Excel и языка программирования Python подразумевает полноценную реализацию всего имеющегося арсенала функциональных возможностей обоих программных продуктов с фиксированием и отображением всех необходимых значений параметров исходных данных, промежуточных и итоговых результатов расчетов с целью отражения динамики исследуемых процессов и явлений через призму варьируемых значений параметров исходных данных, например, с течением времени, что наилучшим образом может быть наглядно представлено в виде соответствующих графиков и диаграмм.

Реализация студентами вузов самостоятельной деятельности в рамках решения комплексных вычислительных задач подразумевает выполнение расчетных проектов, представленных в разработанной

автором дистанционной системе динамических расчетных проектов, основной особенностью которой является полная алгоритмическая реализация необходимых компонентов математической модели в виде отдельных независимых программных модулей, представленных в качестве внешних загружаемых текстовых файлов, содержащих определенный программный код, которые при загрузке на сервер распознаются ядром информационной системы с автоматизированными механизмами формирования компонентов параметров исходных данных, промежуточных и итоговых результатов расчетов [1, 4].

При работе с данной информационной системой, являющейся по своей сути динамической системой дистанционного обучения, для студентов автоматически генерируются числовые значения параметров исходных данных и предоставляется возможность удаленного ручного ввода отдельно взятого студента числовых значений параметров промежуточных и итоговых результатов расчетов, которые при необходимости многократно можно корректировать и отправлять на автоматическую проверку ядру информационной системы с целью полноценного формирования различных универсальных цифровых компетенций [3, 4].

Таким образом, для организации образовательного процесса в вузах с точки зрения изучения различных дисциплин естественнонаучного цикла и ряда смежных дисциплин целесообразно применять комплексную систему, подразумевающую интеграцию различных видов информационно-коммуникационных технологий на локальном или удаленном уровне реализации, и позволяющую полноценно формировать у студентов вузов универсальные цифровые компетенции через призму проведения аудиторных лекционных, практических и лабораторных занятий, а также реализацию самостоятельной деятельности обучающихся.

Библиографический список

1. Богун В.В. Дистанционные динамические расчетные проекты по исследованию функций вещественного переменного: учебное пособие. – Ярославль: Канцлер, 2014. 143 с.
2. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учеб.-метод. пособие / Роберт И.В., Панюкова С.В., Кузнецов А.А., Кривцова А.Ю. – М.: Дрофа, 2008. 312 с.
3. Богун В.В. Математическая логика программных особенностей реализации системы мониторинга дистанционных учебных проектов // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 2. С. 22–33.

4. Богун В.В. Применение дистанционных учебных проектов при обучении математике // Высшее образование в России. 2013. № 5. С. 114–119.

5. Дворяткина С.Н., Дякина А.А., Розанова С.А. Синергия гуманитарного и математического знания как педагогическое условие решения междисциплинарных проблем // Интеграция образования. 2017. № 1 (86).

6. Вайндорф-Сысоева М.Е. Методика дистанционного обучения: учебное пособие для вузов / М.Е. Вайндорф-Сысоева, Т.С. Грязнова, В.А. Шитова; под общей ред. М.Е. Вайндорф-Сысоевой. – М.: Издательство Юрайт, 2019. 194 с.

7. Будахина Н.Л. Актуальные проблемы проектирования профессионально ориентированного образовательного пространства при подготовке бакалавров по экономическим специальностям // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 3 (48). С. 343–349.

8. Будахина Н.Л. Реализация компетентностного и деятельностного подходов в экономическом образовании студентов-бакалавров // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 4. № 4. С. 181–190.

УДК 32.019.5

Искусственный интеллект как новый этап цифровизации общества

Габайдулин Р.В., ассистент

Ерофеев И.А., студент

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию искусственного интеллекта. Представлена история его зарождения и история развития. Рассмотрена роль ИИ-технологий в настоящее время, деятельность ИИ в сфере политики, какие новые возможности он принес в нашу жизнь, а также возникшие с этим угрозы. Предложены рекомендации по использованию искусственного интеллекта на законодательном уровне и уровне простых обывателей Интернет-сети.

Ключевые слова: искусственный интеллект, политика, угрозы, возможности

Artificial intelligence as a new stage of digitalization of society

Gabaydulin R.V., assistant

Yerofeyev I.A., student

Yaroslavl State University named after P.G. Demidov

Abstract. This article is devoted to the study of artificial intelligence. The history of its origin and development is presented. The article examines the role of AI technologies in modern times, the activities of AI in the field of politics, what new opportunities it has brought into our lives, as well as the threats that have arisen with it. Recommendations on the use of artificial intelligence at the legislative level and at the level of ordinary people on the Internet are proposed.

Keywords: artificial intelligence, politics, threats, opportunities

Искусственный интеллект относительно новая технология человечества, разработанная в 50-е годы XX века английским ученым Аланом Тьюрингом в статье «Вычислительные машины и разум». Однако стремительное развитие ИИ началось с 2010 года с появлением мощных компьютерных систем, способных анализировать огромные объемы данных.

Искусственный интеллект (в дальнейшем – ИИ) – совокупность технологических решений, способных имитировать умственные способности человека и достигать результатов, как минимум сопоставимых с человеческими возможностями, способных к саморазвитию и решению задач без изначально заданных алгоритмов [4, с. 30].

Искусственный интеллект заметно ускорил процессы в сети Интернет. Способность получить быстрый индивидуальный ответ, написать шаблонный текст, посчитать сложное математическое уравнение, выделить необходимую часть из большого текста: всё это входит в рамки способностей ИИ, при этом представляя лишь малую часть его общей области применения.

Искусственный интеллект не обошел стороной и политическую сферу жизни общества. Прежде всего ИИ используется в сфере государственного управления, для автоматизации процессов и их оптимизации, сокращая роль человеческого фактора. При этом, несмотря на то что ИИ является относительно новой технологией, его инструменты используются во многих областях политики.

Искусственный интеллект получил свое применение в сфере государственных услуг. В рамках проекта РФ «Госуслуги» ИИ

используется, как чат-бот помощник (Робот Макс), который выступает в роли советника и навигатора в приложении [1, с. 288].

Создание агитационного контента. ИИ может анализировать информационное поле, составлять лозунги, тексты, изображения и видео, релевантные текущей мировой или внутригосударственной ситуации. Так, технологии ИИ были использованы при проведении предвыборной агитации на выборах (например, Великобритания, Литва, Бельгия, США (отдельные штаты), Франция и другие страны) [3].

Интересным в данном контексте является следующий пример - в Дании была основана первая политическая партия, управляемая искусственным интеллектом, основанная в 2022. Также «Синтетическая партия» подписала двустороннее соглашение с Финляндской и Японской партиями ИИ о разработке глобального процесса, связанный с развитием политики и ИИ [2].

Несмотря на то, что ИИ стремительными темпами внедряется в человеческую жизнь и дает нам новые возможности, параллельно он несет потенциальную угрозу, с которой, может быть, человечество встретится в будущем.

Одной из угроз, связанных с ИИ, является неопределенный, неисчерпанный и неконтролируемый процесс саморазвития искусственного интеллекта. Непонятен его потенциал, невозможно просчитать ход его действий и, насколько это возможно, мысли. В случае потери контроля ИИ может стать значительной угрозой.

Угроза возникает и в незакрепленности деятельности искусственного интеллекта на законодательном уровне. Отсутствие вектора воздействия на деятельность человека, использующего ИИ-технологии в целях осуществления преступной деятельности, несет угрозу для общественного порядка. Кроме того, искусственный интеллект может стать еще одной причиной разрыва развитых стран и «стран третьего мира», как это произошло с ядерной сферой.

Распространение дезинформации, дипфейков и использование манипуляций также является одной из угроз искусственного интеллекта для каждой из сфер общественной жизни, но особенно это проявляется в сфере политики. Опасность распространения ложной информации способна посеять хаос в информационном поле мирового сообщества.

Рассмотрев области применения ИИ в политической сфере, можно сделать вывод, что роль ИИ в политике значительно возросла, однако его возможности все еще ограничены. Он имеет большие перспективы

внедрения в политическую жизнь общества, но не необходимо адекватно оценивать и связанные с этим угрозы.

Нормативные документы, регулирующие деятельность ИИ, добавляют вектор воздействия на человека, использующего ИИ-технологии, тем самым снизив уровень возможных преступных действий, осуществляемых с использованием этих технологий. Другая возможная мера – повышение интернет-грамотности среди пользователей сети Интернет. Так цифровое общество снизит возможные угрозы при использовании ИИ, тем самым уменьшая риски потери личных данных.

Борьба с распространением дипфейков и дезинформации значительно внесет ясность в информационное поле и снизит уровень загрузки поля, а также уберет ложную информацию, несущую недостоверные данные. Закономерным предложением в этой связи будет создание государственных служб, которые будут заниматься вопросами, связанными с ИИ технологиями, чтобы повысить уровень осведомленности о рисках и потенциальных возможностях искусственного интеллекта. Следует учитывать, что необходима особая осторожность при проведении операций, использующих ИИ технологии. Часто информация, полученная искусственным интеллектом, является недостоверной, так как он часто обращается к неспециализированным ненаучным информационным базам. Последней же сформированной рекомендацией является создание открытой прозрачной системы деятельности ИИ, которая поможет проследить за путем следования информации, чтобы, в случае необходимости, наблюдать за его работой.

Библиографический список

1. Яманова О.А. Применение искусственного интеллекта в политике: кейс-анализ в различных странах [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-v-politike-keys-analiz-v-razlichnyh-stranah>.
2. The Synthetic Party (Denmark) [Электронный ресурс]. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Synthetic_Party_\(Denmark\)?ysclid=mg3ton4c5s677471120](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Synthetic_Party_(Denmark)?ysclid=mg3ton4c5s677471120).
3. Искусственный интеллект и выборы [Электронный ресурс]. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence_and_elections-.
4. Ларчев Д.В. Искусственный интеллект: понятие, признаки, классификация // Правовой альманах. 2024. № 1 (32). С. 30.

Социальное рейтингование в контексте современного общественного восприятия: риски доверия и возможности имплементации

Гребенко Е.Д., старший преподаватель

Козлова И.И., Кукушкин В.Е., студенты

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. В статье рассматривается феномен социального рейтингования, уделяется внимание его различным формам и практикам. Представлен анализ системы социального кредита в Китае, которая представляет собой наиболее наглядный пример широкомасштабного внедрения подобных систем на государственном уровне. Также упоминаются западные скоринг системы, ориентированные на оценку кредитоспособности граждан и выступившие прообразом современных систем оценивания благонадежности граждан. Рассмотрены отечественные решения, основанные на оценке социального состояния гражданина. На основе вторичного анализа исследований отечественных авторов, проведённых среди населения, демонстрируется отсутствие единого мнения относительно применения механизмов оценивания человека.

Ключевые слова: социальное рейтингование, скоринг системы, общественное мнение.

Social rating in the context of modern public perception: trust risks and implementation opportunities

Grebenko E.D., senior lecturer

Kozlova I.I., Kukushkin V.E., students

P.G. Demidov Yaroslavl State University

Abstract. The article examines the phenomenon of social rating, pays attention to its various forms and practices. The analysis of the social credit system in China is presented, which is the most illustrative example of the large-scale implementation of such systems at the state level. Western scoring systems are also mentioned, focused on assessing the creditworthiness of citizens and serving as the prototype of modern systems for assessing the reliability of citizens. Domestic solutions based on the assessment of a citizen's

social status are considered. Based on a secondary analysis of studies by Russian authors conducted among the population, the lack of consensus on the use of human assessment mechanisms is demonstrated.

Keywords: social rating, scoring system, public opinion

Система социального рейтингования – относительно новое явление в современной политической реальности, однако в последние годы оно привлекает всё больше внимания среди международного сообщества. Страны вроде Индии, Великобритании и Сингапура уже экспериментируют с адаптацией её механизмов в различных сферах общественной жизни. Тем не менее, для дальнейшего развития и потенциального масштабирования подобных систем крайне важно понимать, насколько население осведомлено об их принципах работы и какое общественное восприятие они формируют – положительное, негативное или нейтральное.

Под определением социального рейтингования можно понимать систему, в которой происходит оценка социальной жизни граждан [1]. Впервые система социального рейтингования начала применяться в Китае в 2014 году. Но примером для создания такой системы послужила скоринговая банковская система, созданная в США еще в 1940-х годах. Тогда банковские кредитные эксперты вручную заполняли скоринг карты, где впервые активно использовали специализированные алгоритмы для определения благонадежности потенциальных заемщиков.

Сегодня система социального рейтингования рассматривается, в основном, в двух видах: система социального кредита и скоринг системы. Рассматривая первую, можно упомянуть о китайской системе социального кредита (Social Credit System, SCS) [2], которая представляет собой масштабный государственный проект. Её ключевая цель, согласно планам правительства, – формирование «гармоничного социалистического общества» путем поощрения честности, добропорядочности и соблюдения норм среди граждан и организаций. Система функционирует на основе всестороннего сбора цифровых данных – от камер наблюдения до информации из банков и государственных учреждений – и применяет механизмы поощрений и санкций. Система социального кредита служит не только инструментом контроля поведения, но и средством укрепления социальной сплоченности и реализации «китайской мечты» – национальной идеи возрождения Китая.

Также в мире широко распространены кредитные скоринговые системы, которые, однако, преследуют коммерческие, а не социально-политические цели. Их задача – оценка кредитоспособности человека. Наиболее известная модель, FICO (Fair Isaac Corporation), – компания, которая разработала модель кредитного рейтинга. Она используется в США и около 90% кредитных организаций, которые с помощью данной системы могут учитывать историю платежей, долговую нагрузку и другие финансовые факторы, ранжируя их по шкале от 300 до 850 баллов.

Если говорить о России, то введения общенациональной системы социального рейтингования на данный момент не планируется. Власти считают такой путь неприемлемым из-за рисков разрушения социального доверия. Акимовым М.А. в 2019 году, отмечалось: «Путь социального рейтинга для нас неприемлем, он несет гораздо более разрушительные последствия с точки зрения социального доверия» [3].

Тем не менее, элементы контроля (налоговый, банковский) уже действуют. Интересным кейсом является система, апробированная Российским государственным социальным университетом. Так, в 2022 году он анонсировал пилотную систему «Мы». Суть проекта заключается во внедрении для каждого россиянина индивидуального «скоринг-кода» – двухзначного числового показателя, состоящего из оценки социального статуса и социального уровня человека. Для определения этих показателей участникам тестирования необходимо будет ответить на вопросы об различных аспектах своей жизни. На основе полученных от респондентов данных система формирует потенциальный рейтинг гражданина, ориентированный на прогнозировании его социального благополучия. Подобная система хоть и не является полноценным механизмом оценивания граждан, но тем не менее предлагает интересный подход к оценке граждан на основе их социальной активности.

Рассматривая исследования, проведенные в 2021 году и фокус-группы в 2024 году можно сделать вывод о том, что общество неоднозначно относится к подобным системам. Главный вывод, который можно сделать, опираясь на данные исследования, заключается в том, что восприятие зависит от того, в какой сфере собираются применять рейтингование. Исследование 2021 года, проведенное Рувинским Р.З., Рувинской Е.А., Комаровой Т.Д. методом социологического опроса граждан [4], показало, что граждане поддерживают более специализированные решения: создание «чёрных списков» для уголовных преступников или рейтинги организаций и чиновников, которые воспринимаются как способ контроля. Однако рейтингование

обычных граждан вызывает серьёзное неприятие – его поддерживает наименьшее число респондентов. Особенно резко отвергается китайская модель социального кредита, рассматриваемая как недопустимое вмешательство государства в частную жизнь и источник социального расслоения. Система рейтингования вызывает определенное недоверие: граждане недовольны тем, что государственные и частные организации собирают и используют их персональные данные. Это порождает опасения относительно необъективности, злоупотреблений и угрозы утечек информации. Исследование, проведенное Соколовым А.В. и Бабаджаняном П.А. с использованием двух фокус-групп – молодежи (18–35 лет) и представителей старшего поколения (от 36 лет) подтверждает вышеописанные тезисы [5]. Ключевой причиной отказа от внедрения системы социального рейтингования оказалось желание сохранить личную автономию и индивидуальность. Для респондентов социальный рейтинг символизирует угрозу уникальности и ограничение свободы самовыражения. Отказ от участия в такой системе трактуется не как проявление слабости, а как осознанный выбор в пользу аутентичности и личной свободы. На восприятие рейтингов заметно влияет и возрастной фактор. Молодые люди чаще рассматривают рейтинги как потенциальный ресурс для карьерных и социальных возможностей, но при этом сильнее опасаются давления со стороны общества. Старшие поколения больше концентрируются на практических угрозах: возможной необъективности систем, утечках данных и негативных последствиях для работы и репутации.

Таким образом, российское общество демонстрирует отсутствие единого мнения относительно систем социального рейтингования. С одной стороны люди согласны на применение такой системы, но только в узкоспециализированных вопросах, с другой стороны сохраняется негативное отношение к внедрению такой системы в публичной сфере, так как это воспринимается, как ограничение свободы человека. Следовательно, внедрение подобной модели должно носить узкопрофильный характер, быть открытым и прозрачным, а также полезным для граждан и иметь высокий уровень защиты персональных данных. Введение же общенациональной системы социального рейтингования в России (аналогично китайской) требует сбалансированного подхода, основанного на вовлечении ключевых стейкхолдеров в дискуссию относительно вопросов этического и правового характера.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00728 «Политические последствия социального рейтингования граждан».

Библиографический список

1. Катрашова Ю.В., Митяшин Г.Ю., Плотников В.А. Система социального рейтинга как форма государственного контроля над обществом: перспективы внедрения и развития, угрозы реализации // Управленческое консультирование. 2021. №2 (146). С. 100–109.

2. Антропов Р.В., Лиценберг И.И. Система социального рейтинга в Китае: прогрессивный механизм поощрения и наказания или цифровая диктатура? // Актуальные проблемы развития КНР в процессе её регионализации и глобализации: материалы XII Международной научно-практической конференции. - Чита: Забайкальский государственный университет, 2020. С. 20–27.

3. Деренко Н.В. Социальный рейтинг как новая задача прикладной статистики в цифровой экономике // Статистика в стратегическом развитии России: Сборник научных трудов. - Иркутск: Иркутский государственный университет, 2020. С. 137–140.

4. Рувинский Р.З., Рувинская Е.А., Комарова Т.Д. Общественное восприятие практик цифрового профилирования и социального рейтингования: ситуация в России и Китае // Социодинамика. 2021. № 12. С. 56–76.

5. Соколов А.В., Бабаджанян П.А. Причины уклонения от социального рейтингования // Возможности и угрозы цифрового общества: материалы конференции. - Ярославль: Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 2024. С. 315–325.

УДК 33.336

Цифровой рубль как элемент цифровизации общества

Донкова Н.В., преподаватель ВКК

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые предпосылки зарождения цифровых денег в Российской Федерации на современном этапе. Одной из целей внедрения в экономику цифрового рубля является стремление государства к финансовой стабильности. Пояснены ключевые особенности нового вида денег в сравнении с наличными и

безналичными. Уделено внимание краткому обзору современного этапа: поэтапные действия государства, направленные на постепенный переход к использованию в экономике цифрового рубля.

Ключевые слова: цифровой рубль, новая форма денег, Центральный банк, цифровая платформа, цифровой кошелек

The Digital Ruble as an Element of the Digitalization of Society

Donkova N.V., lecturer VKK

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. This article examines some of the prerequisites for the emergence of digital money in the Russian Federation today. One of the goals of introducing the digital ruble into the economy is the state's commitment to financial stability. The key features of this new form of money are explained in comparison with cash and non-cash forms. A brief overview of the current stage is given, including the state's step-by-step actions aimed at a gradual transition to the use of the digital ruble in the economy.

Keywords: digitalruble, new form of money, Central Bank, digital platform, digital wallet

Цифровизация общества происходит на современном этапе очень интенсивно. Касается цифровизация практически всех сфер жизни. Одним из направлений внедрения цифровизации в жизнь российских граждан является разработка и поэтапное внедрение цифрового рубля. Для начала следует уделить внимание предпосылкам появления нового инструмента, в целом пока не особо понятного для обычного человека.

Государство, разрабатывая новый и, предполагается, что эффективный инструмент – «цифровой рубль», преследует несколько целей. Одна из них – снижение стоимости денежных переводов для резидентов. Это поднимет стремление банков к конкуренции на более высокий уровень, поспособствует разработке инноваций. Ведь среди множества мнений существуют и негативные, в частности, что внедрение цифрового рубля «больно ударит» по коммерческим банкам, грозит резким обвалом прибыли, поскольку, например, вклады в цифровых рублях, невозможны. Также, как и кредиты; банки потеряют и комиссии от оказания перечня услуг. Однако это откроет и новые горизонты перед банками, позволит расширить услуги и продукты, необходимо

разработать в корне новый подход к своей деятельности, менять стратегии развития.

Вторая причина возникновения нового вида денег – снижение возможности влияния на экономические процессы Центральным банком. Ведь основная часть денежной массы находится в коммерческих банках, очень быстро развиваются технологии в тех сферах, которые государство не может контролировать. Появление цифрового рубля предполагает, что у государства будет возможность обеспечить и гарантировать финансовую стабильность.

По своей сути, цифровой рубль является уникальным цифровым кодом, который хранится на специальной платформе в электронном кошельке его владельца. Предполагается, что этот владелец будет иметь возможность оплачивать покупки в магазине, переводить свои цифровые средства на другие счета. Означает это, что отличий от безналичного оборота особо и нет, однако это не совсем так: каждый цифровой рубль имеет свою маркировку (это и есть код), что роднит новый инструмент с наличными деньгами. Именно потому, что цифровой рубль имеет схожие черты и с наличными деньгами, и с безналичными, он будет являться третьим видом денег.

В Российской Федерации проделана огромная работа по адаптации государственного законодательства под внедрение новой формы денег в экономику. Термин «цифровой рубль» был введен в статьи всех банковских, бюджетных и налоговых законов. Например, введена статья 30.8 Договор счёта цифрового рубля в федеральный закон № 161. В ней отражено, что оператор платформы обязан своевременно зачислять на счет поступающие цифровые рубли, списывать их, и в целом выполнять распоряжения владельца счёта. Это означает, что правила действуют аналогичные, как если бы счёт был открыт в национальной денежной единице. Такая деятельность означает, что государство готово брать на себя ответственность за весь процесс обращения цифрового рубля, и в случае осуществления противозаконных действий участниками, последует вмешательство гаранта [1].

Оператором разработанной платформы для осуществления всех операций является Банк России. Российская модель, в отличие, например, от китайской, является гибридной. Это заключено в том, что реестр цифровых рублей осуществляет Банк России, а интерфейс для взаимодействия с пользователями обеспечивается коммерческими банками. На все операции с цифровым рублем распространяется банковская тайна, однако законодательство нашего государства, в

частности закон о противодействии отмыванию доходов и финансированию терроризма, обязывает коммерческий банк предоставлять информацию о подозрительных движениях денег по счетам. И таким образом подразумевается, что бороться с махинациями органам власти станет легче.

За несколько последних лет был реализован ряд пилотных проектов по апробированию операций с цифровыми рублями, в которых принимали участие как крупные банки, так и отдельные регионы. В полном объеме разработан комплекс технологических мер защиты информации, а также обеспечена киберустойчивость на всех стадиях жизненного цикла цифрового рубля. Разумеется, законодательство в области защиты персональных данных должно сохранять свои гарантии в новых реалиях. В чем заключается процесс эмиссии цифрового рубля? Кредитная организация направляет запрос на эмиссию в Банк России. Далее происходит списание безналичных средств с корреспондентского счета кредитной организации. А затем происходит зачисление на кошелек кредитной организации в эквивалентной форме. Обслуживание клиента кредитной организации должно происходить по следующему алгоритму: он должен подать заявку на пополнение своего счета, кредитная организация должна обслужить своего клиента согласно законодательству, то есть соблюдая необходимые процедуры, зачисляет необходимую сумму, и затем оповещает его об этом. Результаты реализованных пилотных проектов подтверждают надежность разработанной системы и готовность к масштабному запуску цифровых рублей в российской экономике.

Следует проанализировать текущую ситуацию. По данным, собранным ВЦИОМ, в 2024 году около 68% россиян имели представление о новой форме денег, однако почти 60% не проявляли к ней интереса, и лишь 31% готовы изъявляли готовность к её использованию. С 1 июля 2025 года ряд системообразующих российских банков приступил к интеграции в свои локальные системы цифровых кошельков. Уже можно проводить платежи и осуществлять денежные переводы цифровыми деньгами. К июлю 2027 года все финансовые учреждения должны будут начать операции с цифровым рублем. Аналитики прогнозируют, что к концу 2027 года пользователей новым видом денег будет около 15–20 млн человек.

Что касается преимуществ третьего вида денег, кроме уже указанных: специалисты отмечают, что в будущем планируется обеспечить осуществление операций без постоянного подключения к сети Интернет.

Среди прочего можно указать и повышение качества и доступности клиентского обслуживания за счет автоматизации процессов, и как следствие, упрощения взаимодействия клиента – физического лица с финансовой организацией. Органы власти продолжают подчеркивать, что у россиян есть и останется право выбора – переходить ли на использование новой формы денег, либо продолжить пользоваться традиционными методами. Государство предоставит возможность перечисления пенсий, социальных выплат и зарплат в цифровых рублях. Даже если человек решил использовать в своих расчетах цифровой рубль, за ним остается право закрыть свой цифровой кошелек через обслуживающий его банк в любой момент [2].

Одним из опасений российских граждан является тотальная слежка со стороны государства. Но следует напомнить, что банковская тайна касается в том числе и всех движений денежных средств клиента, а раз и на цифровые деньги она тоже распространилась – ни о каком контроле речи нет. За исключением действий, противоречащих законодательству. Заблуждением является и то, что, если не пользоваться цифровым кошельком какой-то отрезок времени, деньги, хранящиеся на нем, «обнулятся» [2, 3].

С 1 октября 2025 года цифровой рубль начнут использовать для социальных выплат отдельным категориям граждан, и пока такой эксперимент будет практиковаться только в одном регионе – Ставропольском крае. Во все регионы такая практика придёт с 1 января 2026 года. По прогнозам аналитиков, к 2030 году розничные операции с цифровым рублем будут охватывать порядка 40–45% от общего объема.

Представители власти Российской Федерации настаивают – для граждан никакого автоматического открытия цифровых кошельков не будет, каждый россиянин осознанно будет подходить к такому шагу. Переход к новой форме денег будет мягким, ведь целью остается сохранение доверия общества [3, 4].

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платёжной системе» (с изм. и доп.).
2. Будущее денег: перейдет ли Россия на цифровой рубль в ближайшие годы? URL: <https://roscongress.org>.
3. Кошелек откроют принудительно, зарплата и пенсии будут только в "цифре". Разбираем мифы и правду о цифровом рубле. URL: <https://www.banki.ru>.

4. Россияне смогут получать социальные выплаты в цифровых рублях. URL: <https://ria.ru>.

УДК 339.138

Возможности и перспективы использования искусственного интеллекта в маркетинге

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье анализируется текущая ситуация с внедрением систем искусственного интеллекта в маркетинговую деятельность. Показаны проблемы и дальнейшие перспективы развития данного процесса, выделены области и сферы наиболее эффективного применения искусственного интеллекта. На основе проведенного анализа сделан вывод, что системы искусственного интеллекта в настоящее время еще находятся на этапе систем поддержки принятия решения и пока не достигли уровня экспертных систем.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, искусственный интеллект, системы управления маркетинговой информацией, экспертная система

Opportunities and Prospects for Using Artificial Intelligence in Marketing

Karasev A.P., PhD (Economics), Associate Professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. This article analyzes the current state of implementation of artificial intelligence systems in marketing. It identifies challenges and future development prospects for this process, highlighting areas and spheres where artificial intelligence can be most effectively applied. Based on this analysis, it is concluded that artificial intelligence systems are currently still at the decision support stage and have not yet reached the level of expert systems.

Key words: marketing research, artificial intelligence, marketing information management systems, expert system

Искусственный интеллект прочно вошел в жизнь как граждан России, так и населения всего мира. Каждый человек регулярно так или иначе сталкивается с программами искусственного интеллекта, а многие активно используют их для своей профессиональной деятельности или удовлетворения личных потребностей.

В то же время сейчас начинает наблюдаться некоторое разочарование в искусственном интеллекте, что требует более рационального и вдумчивого изучения возможностей и перспектив его использования для решения профессиональных задач в различных направлениях и сферах экономическо-хозяйственной деятельности. Именно это и является целью данной статьи.

Для начала рассмотрим текущую ситуацию с внедрением систем искусственного интеллекта. Сейчас наряду с первоначальной эйфорией и мнением, что нейросети могут решать множество задач и проблем и смогут уже сейчас заменить многих сотрудников организаций, что приведет к исчезновению целого ряда профессий, появляется все больше сомнений в их эффективности.

Так по данным последних исследований в США почти половина сотрудников (47%) допускала потерю своего рабочего места из-за искусственного интеллекта, однако всего лишь 14% работников столкнулись с подобной ситуацией. Также опросы показали, что более половины бизнесменов считают увольнения при внедрении систем искусственного интеллекта преждевременными [4].

Например, финансовая платформа Klarna сократила сотрудников поддержки и заменила их чат-ботами, но позже была вынуждена начать восстанавливать штат сотрудников из-за жалоб клиентов на снижение качества сервиса. Также компания IBM внедрила систему AskHR, основанную на искусственном интеллекте, заменившую значительную часть HR-отдела, однако затем была вынуждена вернуть специалистов для решения задач, требующих высокого уровня эмпатии и индивидуального человеческого подхода [4].

Подобные взгляды наблюдаются и в России. С одной стороны, как отмечает инвестконсультант компании «Финама» Тимур Нигматуллин: «Искусственный интеллект — это не пузырь, а это железные дороги, как 150 лет назад или электричество сто лет назад» [5]. С другой стороны, директор по стратегии брокера «Финам» Ярослав Кабаков считает, что в последнее время компании сокращают инвестиции в ИИ, потому что достигнут определенный «потолок» использования определенных моделей: «За последние два года, с точки зрения применимости

искусственного интеллекта, мы уперлись в потолок, потому что все ждут появления нового качества моделей. Второй аспект - за последние два-три года шли активные внедрения тех моделей, которые были разработаны лет пять назад. Они, конечно, усовершенствовались в определенной степени, но никакого нового качества в этих моделях не появилось. Ту идеалистическую картинку, которую рисовали, - то, что бизнес сократит всех сотрудников и будет присутствовать только один ИИ, - нет, такого происходить не будет в ближайшее время», - сказал Ярослав Кабаков, директор по стратегии компании «Финам» [5].

Безусловно, искусственный интеллект может успешно использоваться далеко не для решения всех проблем. По мнению эксперта Ксении Барановой, при помощи нейросетей можно успешно решать следующие задачи:

- разработка идей для тематических рубрик, контент-календаря, контент-плана, постов, посадочных страниц;

- создание нужного контента, то есть написание любых текстов;

- написание коротких текстовых форматов, поскольку искусственный интеллект умеет емко и четко формулировать мысли. Например, подписи к роликам, заголовки, подзаголовки, нейминг, рекламные слоганы и офферы;

- осуществление рассылок по e-mail, в социальных сетях или в мессенджерах. Нейросети хорошо делают эффективные цепочки в горячих письмах;

- создание карточек товаров на маркетплейсах, прежде всего, продающего описания и визуала. Например, на Wildberries уже сейчас имеется огромное количество карточек товаров, которые сгенерированы нейросетями;

- нарисовать картинки и изображения к постам, статьям, специальные обложки к видеороликам;

- создание видеороликов. В настоящее время программы искусственного интеллекта уже могут создавать достаточно реалистичный видеоряд;

- проведение маркетингового анализа рынка, в том числе сегментирование рынка и разработку «профиля» целевой аудитории, создание карты пути клиента;

- осуществление А/В-тестов для выбора наиболее эффективного варианта [1].

В то же время искусственному интеллекту и нейросетям не стоит доверять решение следующих проблем:

- обсуждение личные переживания и психологических вопросов, поскольку искусственный интеллект не может проявлять эмоции и эмпатию, он может их только имитировать;
- консультирование по юридическим вопросам. В таких ситуациях системы искусственного интеллекта начинают врать, искажать факты, выдавать статьи закона, которых не существует или они неприменимы к этому делу;
- принятие важных управленческих решений. Менеджер или маркетолог не может перекладывать на искусственный интеллект ответственность за принятие решений;
- формирование цен на товары и услуги. В этом случае искусственный интеллект часто совершенно не учитывает конкретную ситуацию и контекст [1].

Ситуация с искусственным интеллектом в настоящее время является достаточно стандартной для внедрения любых инноваций. После первого этапа эйфории и переоцененности инновации, обычно наступает второй этап «разочарования», после чего на третьем этапе происходит переосмысление инновации, поиск путей повышения ее эффективности, более успешных способов и методов применения и сферы использования. Безусловно, нейросети сейчас находятся именно на втором этапе развития инновации.

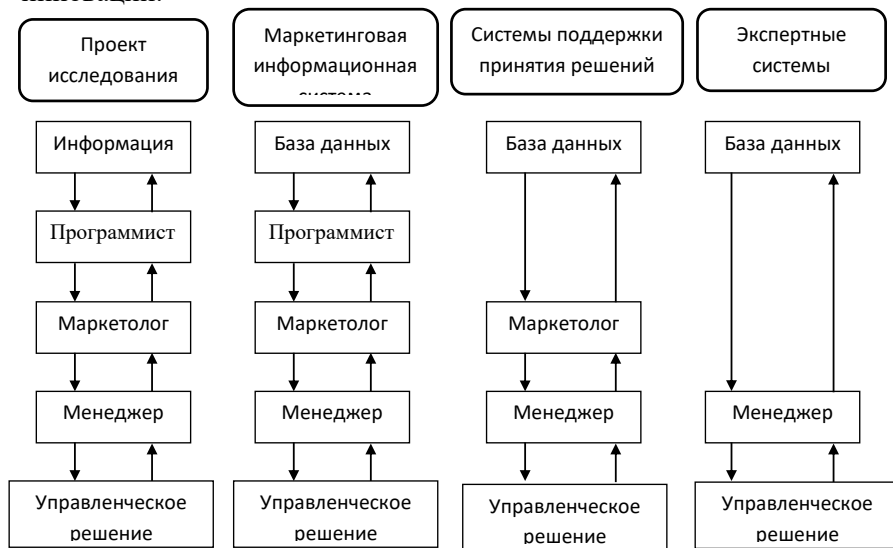


Рисунок 1. Развитие систем управления маркетинговой информации

Здесь целесообразно также рассмотреть на каком этапе развития информационных маркетинговых систем находится общество и «искусственный интеллект» в данный момент времени. На рисунке 1 приводится история развития систем управления маркетинговой информацией [3, с. 79].

Многие маркетологи считают, что уже сейчас системы искусственного интеллекта позволяют заменить «специалиста» (маркетолога), то есть в текущей ситуации общество уже достигло уровня «экспертной системы». Информационные экспертные системы в маркетинговой деятельности опираются на «профессиональную культуру», то есть используют неформальные эвристические приемы, догадки, интуитивные суждения и умение делать неявные выводы. Подобным образом, экспертная система пытается смоделировать работу «мозга» эксперта.

Однако на данном этапе развития системы искусственного интеллекта еще не работают подобным образом. Правильнее их рассматривать как третий этап – системы поддержки принятия решений. Такие системы с помощью определенных логических методов и на основе анализа созданной информационной базы дают ответы на такие вопросы, как, например, «если ..., то...?», используемые при принятии управленческих решений [2].

Подводя итоги статьи, можно сделать вывод, что на данном этапе развития системы искусственного интеллекта способны решать только ограниченные маркетинговые задачи и пока не могут заменить «живых» маркетологов, кроме очень ограниченного списка должностей. Однако их развитие происходит очень быстрыми темпами и перспективы и возможности их использования непрерывно расширяются.

Библиографический список

1. Баранова Ксения. Нейросеть – это попугай с Wi-Fi, без контекста не ждите результата. URL: https://secrets.tbank.ru/lichnyj-opyt/kseniya-baranovakadelegirovatiiizadachipootdelam/?ysclid=mfikuatmqk356046704&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F.

2. Карасев А.П. Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях // Экономика и управление: теория и практика. Сборник научных трудов VIII Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2025. С. 82–86.

3. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. - 3-е изд., перераб. и доп. – М: Издательство Юрайт, 2025. 286 с.

4. Компании в США жалеют о сокращениях сотрудников из-за ИИ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7974619>.

5. Электричество XXI века. Искусственный интеллект – пузырь или генератор денег? URL: <https://www.finam.ru/publications/item/elektrichestvo-xxi-veka-iskusstvennyy-intellekt-puzyr-ili-generator-deneg-20250914-1250/>.

УДК 004.89

Применение систем искусственного интеллекта при работе со списком литературы

Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье проведен анализ существующих онлайн-сервисов с встроенным искусственным интеллектом для работы со списками литературы, выявлены основные преимущества и недостатки таких систем, даны рекомендации по использованию.

Ключевые слова: научная деятельность, список литературы, публикация, нейронная сеть, большие данные

The use of artificial intelligence systems when working with the reference list

Kartasheva O.V., PhD (Pedagogics), Associate Professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article analyzed existing online services with built-in artificial intelligence for working with reference lists, identified the main advantages and disadvantages of such systems, and gave recommendations for use.

Keywords: scientific activity, reference list, publication, neural network, big data

Современная научная деятельность требует от исследователей не только глубоких знаний в своей предметной области, но и умения эффективно обрабатывать библиографическую информацию. Работа со списком литературы относится к компьютерной обработке лингвистических данных [1]. В условиях стремительного роста объемов научных публикаций исследователи сталкиваются с трудностями в поиске, организации и актуализации источников, традиционные методы обработки библиографической информации часто оказываются недостаточно эффективными, все это отнимает время и негативно сказывается на качестве работы.

Современные нейронные сети после обучения на огромных массивах текстовых данных помогают извлекать необходимую информацию. Одним из направлений применения систем искусственного интеллекта является работа со списком литературы. Конечно нейросеть – только инструмент, подбирать книги и статьи лучше самостоятельно, но это очень удобный инструмент.

Существует большое количество онлайн-сервисов для повышения эффективности обработки библиографических списков, автоматизации рутинных задач и уменьшения зависимости от ручного труда [2, 3, 4]. Цель исследования – провести анализ существующих онлайн-сервисов с встроенным искусственным интеллектом для работы со списками литературы и предложить рекомендации по их применению, а также выявить основные преимущества и недостатки таких систем.

При анализе онлайн-сервисов, которые могут помочь при работе со списком литературы, можно использовать следующие критерии: необходимость регистрации, стоимость, функциональные возможности, ограничения, язык литературных источников, задачи, для решения которых используется искусственный интеллект [5, 6]. Онлайн-сервисы, которые описаны в таблицах 1 и 2 не требуют обязательной регистрации, позволяют использовать для входа Google- или Яндекс-аккаунты, разрешают использовать часть функционала на безвозмездной основе, сохранять статьи в папки для последующего прочтения.

Исследуемые онлайн-сервисы идентифицируют цитируемые источники в текстах статей и автоматически форматируют их в соответствии с выбранными стандартами, при этом поддерживают различные форматы цитирования. В основе нейронных сетей лежат алгоритмы машинного обучения, обработки естественного языка и анализа текстов. Хотя нейронные сети значительно упрощают процесс поиска источников по теме и составления библиографического списка,

рекомендуется провести окончательную проверку списка литературы для уверенности в их точности и отсутствия сгенерированных источников.

Таблица 1. Онлайн-сервисы для работы со списком литературы

Название сервиса	Язык источников	Стоимость	Ограничения
https://www.semanticscholar.org/	Русский, английский	бесплатно	Ищет по публикациям до 2023 года
https://scispace.com	английский	Есть возможность работать бесплатно, полный функционал – по подписке	Английский язык
https://elicit.com/	Русский, английский	Есть возможность работать бесплатно, полный функционал – по подписке	
https://kampus.ai/	Русский, английский	Есть возможность работать бесплатно, полный функционал – по подписке	

Таблица 2. Функциональные возможности онлайн-сервисов

	Функциональные возможности	Искусственный интеллект
https://www.semanticscholar.org/	поиск литературы, оповещение по статьям, рекомендации статей, оформление цитирования	осуществляется подбор источников
https://scispace.com	поиск литературы, оповещение по статьям, рекомендации статей, оформление цитирования, загрузка статей с компьютера	осуществляется подбор источников, общение с ботом по конкретной статье, перефразирование
https://elicit.com/	поиск литературы, обобщение по статьям по различным позициям, переводит для чтения	извлечение данных из документов, поиск концепций в статьях, обобщение статей
https://kampus.ai/	подбор списка рекомендованной литературы для исследования	генерация целей и задач исследования, поиск концепций в статьях, обобщение статей

Применение систем искусственного интеллекта при работе со списком литературы вызывает технические проблемы. К ним можно

отнести недостаток качественных данных. Решения на базе нейронных сетей требуют больших объёмов структурированной информации для обучения и работы, но на практике данные часто фрагментированы, низкого качества или вовсе отсутствуют. Еще одна техническая проблема связана с необходимостью постоянного сопровождения онлайн-сервисов на основе нейронных сетей. Системы требуют мониторинга, регулярной донастройки и дообучения, без этого даже изначально эффективная модель со временем начнёт деградировать, выдавая некорректные источники или генерировать несуществующие.

Применение онлайн-сервисов с встроенным искусственным интеллектом при поиске и оформлении источников позволяет сэкономить время на выполнение рутинных операций, освободившееся время исследователи могут потратить на содержательные вещи, например, на анализ данных.

Библиографический список

1. Всеволодова А.В. Компьютерная обработка лингвистических данных: учебное пособие. – Ярославль: Образовательная организация высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)», 2024. 102 с.

2. Всеволодова А.В., Карташева О.В. Применение облачных сервисов на занятиях по дисциплине «Информационные технологии в туристской индустрии» // Современные информационные технологии и ИТ-образование: сборник научных трудов I Международной научной конференции "Конвергентные когнитивно-информационные технологии" и XI Международной научно-практической конференции "Современные информационные технологии и ИТ образование" / Под редакцией В.А. Сухомлина; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» РАН. М., 2016. С. 108–113.

3. Елизаров А.М. Автоматизированная система структурной и семантической обработки физико-математического контента / А.М. Елизаров, Е.К. Липачев, Ш.М. Хайдаров // Ученые записки ИСГЗ. 2016. Т. 14, № 1. С. 210–215.

4. Карташева О.В. Информационный ресурс MIT SloanManagementReview на занятиях по дисциплине «Информационная система и управление организацией» для направления «Бизнес-информатика» // Математика и естественные науки. Теория и практика: межвузовский сборник научных трудов. Вып. 11. Ярославль: издат. дом ЯГТУ. 2016. С. 139–144.

5. Карташева О.В. Интернет-сервисы проверки на плагиат / О.В. Карташева, Ю.В. Сафонова, А.О. Челмакина // Актуальные вопросы современной науки и образования: сборник научных статей по материалам XX международной научно-практической конференции, Киров, 19–23 апреля 2021 года. – М.: Московский финансово-юридический университет МФЮА, 2021. С. 825–834.

6. Сычев Е.В. Аспекты применения технологий искусственного интеллекта / Е.В. Сычев, Ю.В. Ищенко // Искусственный интеллект: теоретические аспекты, практическое применение: материалы Донецкого международного научного круглого стола, Донецк, 27 мая 2021 года. – Донецк: Государственное учреждение Институт проблем искусственного интеллекта, 2021. С. 79–81.

УДК 314.01

Концепция демографической политики Российской Федерации на современном этапе

Мудревский А.Ю., канд. экон. наук, доцент

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова

Аннотация. В статье обсуждается демографическая ситуация в России в современных условиях. Продемонстрировано, что существует система сценариев демографических прогнозов на период до 2025 г. Система прогнозов показывает неизбежность значительного сокращения населения России. Предложены социально-экономические мероприятия по управлению демографическими процессами в масштабах государства.

Ключевые слова: демографическая ситуация, население, рождаемость, государство, демографический прогноз

The concept of demographic policy of the Russian Federation at the present stage

Mudrevsky A.Y., PhD(Economics), Associate Professor

Yaroslavl higher military school of air defense named after Marshal of the Soviet Union L.A. Govorov

Abstract. The article discusses the demographic situation in Russia in modern conditions. It is demonstrated that there is a system of scenarios for demographic forecasts for the period up to 2025. The forecast system shows the inevitability of a significant reduction in the population of Russia. Socioeconomic measures to manage demographic processes on a national scale are proposed.

Keywords: demographic situation, population, birth rate, state, demographic forecast

Демографическая ситуация в России остается сложной, «основной причиной падения рождаемости, по мнению демографов, является снижение количества женщин детородного возраста. Хотя в последние 10 лет в России и наблюдался рост средней продолжительности жизни, но пандемия Covid -19 притормозила этот рост. На продолжительность жизни влияют такие факторы как: генетика, экологическая обстановка, образ жизни людей, уровень медицинского обслуживания, и другие. Согласно текущим отчетам Росстата, население России на 1 января 2023 года составляло примерно 146400000 человек. Президент России Владимир Путин подчеркнул необходимость дополнительных мер в сфере демографии. Для того, чтобы предвидеть и научно обосновать основные параметры движения населения и будущую демографическую ситуацию, Указом Президента РФ определены национальные цели развития. “В рамках каждой цели установлены ожидаемые показатели и опубликован Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на плановый период до 2030 года” [4, с. 110]. Рассмотрим некоторые мероприятия, запланированные на указанный период. Национальная цель: «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей», обеспечение доступности дошкольного образования для детей от полутора до 7 лет для этого вводится Федеральный проект «Содействие занятости», реализация мероприятий по повышению рождаемости. Этому способствует финансовое содействие в достижении целевых показателей рождаемости в субъектах Российской Федерации, Так Федеральный проект «Финансовая поддержка семей при рождении детей», предусматривающий материнский семейный капитал, с первого февраля 2024 года, будет увеличен и составит, за первого ребенка будет предусмотрена 631 тысяча рублей, а за второго, если на первого не получали, почти 834 тысячи 290 рублей, также будет увеличено единое пособие на детей и социальная зарплата к пенсии. “Создание целостной системы мер социальной поддержки семей с детьми в целях сведения к минимуму риска бедности таких семей Федеральный проект «Содействие

субъектам Российской Федерации в реализации адресной социальной поддержки граждан». Повышение доступности жилья для семей с детьми, Федеральный проект «Содействие субъектам Российской Федерации в реализации полномочий по оказанию государственной поддержки гражданам в обеспечении жильем и оплате жилищно-коммунальных услуг» и т.д.» [5 с. 9]. Согласно концепции снижения смертности, в том числе и младенческой, и детской, смертности от заболеваний онкологических, сердечно-сосудистых, социально-значимых инфекционных заболеваний разработан: Федеральный проект «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям», предусматривающий обеспечение доступности для детей и создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи в больницах, детских поликлиниках и детских поликлинических отделениях, обеспечение доступности диагностики, профилактики и лечения сердечно-сосудистых заболеваний. Не осталось без внимания государства и взрослое население страны. «Федеральный проект нацелен на увеличение ожидаемой продолжительности здоровой жизни, увеличение числа граждан, ведущих здоровый образ жизни и систематически занимающихся физкультурой и спортом» [3, с. 396]. Направления программы: мотивирование граждан к ведению здорового образа жизни, включая здоровое питание, защиту от табачного дыма, снижение потребления алкоголя; организация мониторинга за состоянием питания различных групп населения, активное вовлечение гражданского общества, а также работодателей через корпоративные программы укрепления здоровья; оптимизация деятельности центров здоровья и отделений медицинской профилактики, их дооснащение и создание на их базе центров общественного здоровья. «Ключевую роль в реализации федерального проекта играют региональные власти. Они должны разработать и реализовать меры по мотивированию граждан к ведению здорового образа жизни. Основой для планов мероприятий станут программы Минздрава, разработанные совместно с научным сообществом. Целевые показатели программы: - снижение процента потребления табака с 30% до 27% к 2025 году; - сокращение смертности россиян мужского пола в трудоспособном возрасте с 718 до 530 человек на 100 000 к 2025 году; - уменьшение количества абортс среди женщин фертильного возраста с 9,6 до 6,9 человек к 2025 году. Кроме того, не маловажную роль должна сыграть и организация оказания санаторно-курортного лечения взрослых и курортного дела, которая

предусматривает комплекс процессных мероприятий «Организация санаторно-курортного лечения». Капитальный ремонт объектов медицинских организаций, оказывающих первичную медико-санитарную помощь, в том числе в сельской местности, рабочих поселках, поселках городского типа и малых городах с численностью населения до 50 тыс. Обеспечение отдельных категорий населения бесплатными и льготными лекарственными препаратами. Создание единого реестра граждан, имеющих право на льготное лекарственное обеспечение. системы маркировки лекарств и медицинских изделий и их мониторинга предусматривает государственная программа «Развитие здравоохранения» – Комплекс процессных мероприятий «Обеспечение отдельных категорий граждан лекарственными препаратами» [1, с. 133]. Основная цель федеральной программы – увеличение числа россиян, которые занимаются спортом и ведут активный образ жизни. В рамках реализации этого проекта планируется обеспечить регионы дополнительными спортивными сооружениями. Целевые показатели программы: число детей и молодежи, которые занимаются спортом, должно быть увеличено с 77,2% до 82% к 2024 году; доля граждан среднего возраста, регулярно занимающихся физкультурой, должна составить 55% к 2024 году; число россиян старшего возраста, ведущих активный образ жизни, должен вырасти с 5,2 до 25% к 2024 году. Ещё “одним из направлений федеральной программы является создание новых мест в общеобразовательных организациях и обновление материально-технической базы общеобразовательных учреждений, чему способствует Федеральный проект «Современная школа»” [2, с. 80]. Разработка образовательных модулей программ для школьников по вопросам искусственного интеллекта, подготовка педагогов в данной сфере и проведение олимпиады по искусственному интеллекту Федеральный проект «Искусственный интеллект». Цифровизация процессов, обеспечивающих профессиональное развитие педагогических работников Федеральный проект «Цифровая образовательная среда» и т.д. Таким образом, мы видим, что для нашего общества, для многонационального нашего народа концепция демографической политики играет не последнюю роль, т.к. именно семья, рождение детей, продолжение рода, уважение к старшим поколениям были и остаются мощным нравственным каркасом. Мы делали и будем делать всё для укрепления семейных ценностей. Это вопрос нашего будущего. Общая задача для государства, для гражданского общества.

Библиографический список

1. Воеводина Е.И. Организация оплаты труда на малых предприятиях / Е.И. Воеводина, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. Т. 1. № 10. С. 130–137.

2. Левашов О.А. Пути оптимизации системы стимулирования труда персонала в организации / О.А. Левашов, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 5. № 11. С. 79–88.

3. Селезнева В.А. Виды и порядок заключения коллективного соглашения в организации / В.А. Селезнева, А.Д. Бурыкин // Социальное партнерство: опыт, проблемы и перспективы развития: сборник докладов и тезисов участников конференции. 2018. С. 395–402.

4. Серова А.П. Основные направления демографической политики в современной России / А.П. Серова, С.Б. Тюрин // В сборнике: о влиянии государства на развитие демографических процессов. Сборник докладов и тезисов участников конференции. 13 международная научно-практическая конференция. Под ред. З.К. Кочубей. 2019. С. 109–111.

5. Тюрин С.Б. Пути решения проблем демографического развития России // В сборнике: о влиянии государства на развитие демографических процессов. Сборник докладов и тезисов участников конференции. 13 международная научно-практическая конференция. Под ред. З.К. Кочубей. 2019. С. 8–10.

УДК 659.113.7+659.111.21

3D-билборды: исследование эффективности нового формата наружной рекламы

Сальников А.М., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается эффективность 3D-рекламных щитов. Благодаря авторскому подходу была оценена вероятность контакта рекламы с 3D-поверхностью в сравнении с классическими статичными билбордами. Основной вывод статьи заключается в том, что 3D-рекламные щиты менее эффективны, чем классические, поэтому единственный способ их использования – это генерация хайпа вокруг бренда в социальных сетях.

Ключевые слова: 3D-билборд, наружная реклама, эффективность рекламы

3D-billboards: the research of the new OOH format effectiveness

*Salnicoff A.M., PhD (Business Administration), Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The paper concerns the effectiveness of the 3D-billboards. Due to the author's approach, the probability of advertizing contact with 3D-surface was estimated and compared to classic still-image billboards' one. The main finding of the paper states that 3D-billboards are less effective rather than classic, so the only way to use them is brand-related hype generation in social medias.

Keywords: 3D-billboard, OOH, advertising effectiveness

Весной 2020 года южнокорейская компания «d'strict» представила публичную инсталляцию «Волна», которую демонстрировали на самом большом DOOH-экране «DOOHofCOEXK-POPSQUARE» в Сеуле. Экран представлял собой две LED-панели, установленные на смежных стенах на углу здания, которые одновременно выводили изображение волны, плещущейся в аквариуме. При определенном положении наблюдателя казалось, что в здание реально встроен аквариум, наполненный водой. Так началась эра 3Dв наружной рекламе, которую разработчики уже успели назвать 3D-революцией.

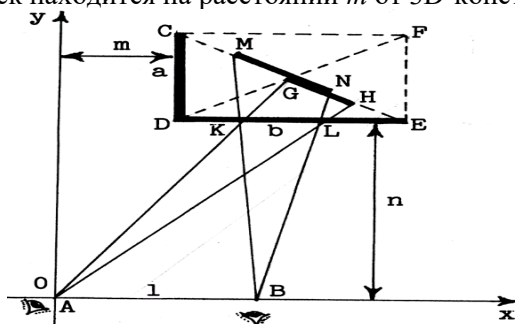
По мере снятия ковидных ограничений, аналогичные 3D-экраны стали появляться в разных городах мира, а рекламодатели начали демонстрировать на них свои клипы явно коммерческого характера. Осенью 2021 года первый 3D-экран появился в Москве, в районе «Москва-сити» (позже ему дали название «Catcher»).

Разумеется, новый формат наружной рекламы не мог пройти мимо исследователей. За пять лет, прошедших с момента появления данного формата, появилось несколько работ, которые положительно оценивали новый формат и рисовали ему блестящие перспективы. Правда, эти оценки касались исключительно креативной составляющей [1 – 4, 6, 7]. Экономическую целесообразность использования нового формата никто не оценивал, поэтому поставим перед собой именно эту цель.

Для проведения оценки необходимо построить математическую модель воздействия 3D-изображения на потенциального клиента рекламодателя, определить границы применения 3D-рекламы и

Медиа-куб – это две LED-панели одинаковой высоты, расположенные на одном уровне на углу здания, каждая панель – на своей стене. Каждая из панелей воспроизводит свой видеофайл, при этом создается иллюзия встроенного в здание параллелепипеда, в котором происходит некое представление. Предполагается, что взгляд наблюдателя направлен перпендикулярно плоскости, заданной диагоналями верхней и нижней сторон параллелепипеда, причем строго в центр этого параллелепипеда. При смещении наблюдателя в любую сторону изображение искажается, эффект объемности пропадает – в этом и состоит главный недостаток новой технологии.

На рисунке 1 представлен вид сверху на 3D-билборд и человека, перемещающегося рядом с ним. Стороны CD и DE – это панели, на которых формируется изображение. Изначально человек находится в точке A с координатами $(0;0)$; отрезок AG перпендикулярен CE . В этот момент человек видит мнимый объект GH , который обеспечивается реальным изображением KL на панели. Человек перемещается по оси абсцисс в точку B , при этом его траектория параллельна DE и удалена на n от него, а CD параллелен оси ординат и удален от нее на m (т. е. изначально человек находится на расстоянии m от 3D-конструкции).



251

После перемещения в точку B наблюдатель будет видеть то же реальное изображение KL на LED-панели, однако, для него оно теперь будет визуализироваться в мнимое изображение MN . Если отношение MN/GH будет оставаться в некоторых допустимых пределах, то можно считать, что 3D-эффект сохраняется и рекламное воздействие на наблюдателя не изменится. Величина MN/GH зависит от расстояния l между A и B .

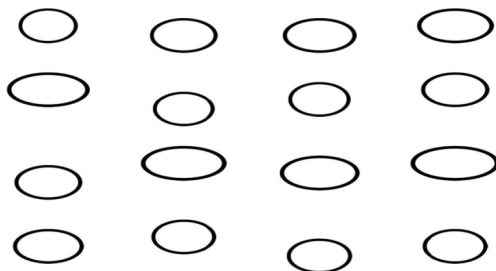


Рисунок 2. Образец задания по поиску искаженных окружностей для респондентов

Величина допустимого искажения была определена путем анкетирования выборки. Респондентам предлагалось определить, какие из 16 предложенных окружностей не являются правильными (рис. 2). Одна из окружностей действительно является правильной, остальные – вытянуты по горизонтали до 1,5 раз, что имитирует искажения, возникающие при перемещении наблюдателя из точки A в точку B . Всего было опрошено 62 человека. Результаты опроса показывают, что среднее значение коэффициента вытягивания, при котором человек не замечает искажений, составляет $1,137 \pm 0,027$ при доверительной вероятности 95,4%, т. е. максимально допустимая величина MN/GH равна 1,137.

Величины a и b для медиа-куба «Catcher» равны 4 и 15 метрам соответственно, величина n для пешеходов составляет 21 метр, для автомобилей – 16 метров. Исходя из этого, получаем, что значение l может колебаться в диапазоне от -14 до $+11$ метров для пешеходов и от -11 до $+8$ метров для пассажиров автотранспорта.

Используя формулы вероятности контакта с наружной рекламой (см., напр., [5]), получаем, что среднее число контактов человека, ежедневно проходящего мимо этой рекламной конструкции, составит от 0,574 до 3,520 в месяц, если этот человек движется пешком, и от 0,510 до 2,533, если он перемещается на автотранспорте (колебания среднего числа контактов зависят от половозрастных характеристик человека и времени

года). Много это или мало? Наиболее распространенный в РФ статический рекламный щит формата 6×3 метра даст от 2,759 до 4,059 контактов для пешеходов и от 0,541 до 2,616 контактов для пассажиров автотранспорта. С учетом того, что стоимость создания клипа для 3D-билборда на несколько порядков превышает стоимость создания статической картинки для обычного щита, новый формат однозначно проигрывает традиционным конструкциям. В реальности же среднемесячное количество контактов будет еще ниже – за счет иного расположения 3D-конструкции относительно потока пешеходов или пассажиров автотранспорта.

Получается, что лидером рынка 3D-билборды не станут. Их участь – создать хайп в социальных сетях. До сих пор рекламодатели делали 3D-клип, снимали его с правильной позиции на телефон, а затем выкладывали в социальных сетях, заставляя целевую аудиторию сказать: «Вау!» и сделать репост этого видео. При такой схеме количество просмотров и вероятность контакта с 3D-клипом намного выше, чем в реальной жизни. Если подобные 3D-билборды будут стоять на улицах с интервалом в 100–300 метров (как ныне существующие рекламные щиты), то использовать схему с хайпом уже не получится. Эффективность наружной рекламы может упасть, и рекламодатели быстро от нее откажутся. Это, похоже, понимают владельцы рекламных конструкций и не спешат менять свой инвентарь. Поэтому можно констатировать, что никакой 3D-революции в сфере наружной рекламы не произошло и в ближайшем обозримом будущем не произойдет.

Библиографический список

1. Арабаджи И., Бекбулатова М., Шестаков А. 3D Naked-Eye в наружной рекламе как новый способ продвижения бизнеса. // Мировое хозяйство в XXI в.: глобализация и регионализация: Материалы VIII Международной студенческой научной конференции, Москва, 18 мая 2023 года. – М.: Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, 2023. С. 203–210.

2. Грунчева Е.В. Эволюция экранного искусства: от немного кино к 3D-видеомэппингу // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2016. № 3(47). С. 20–25.

3. Курникова Ю.Б. 3D-анимация в наружной рекламе: новые возможности и особенности применения. // Мультимедиа: современные тенденции: Материалы X Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 25–26 октября 2024 года. – СПб: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2024. С. 58–64.

4. Марциоха Г.А. Креативные технологии в разработке рекламного продукта (на примере наружной рекламы). // Коммуникации в условиях цифровой трансформации: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 29–30 ноября 2021 года / Под ред. А.Д. Кривоносова. – СПб: Автономная некоммерческая организация поддержки социальных и культурных инициатив «София», 2021. С. 421–425.

5. Сальников А.М. Зависимость замечаемости наружной рекламы от длительности экспозиции // Практический маркетинг. 2014. № 5. С. 14–24.

6. Хахалева А.Ю. Средства воздействия современных цифровых жанров рекламного дискурса (на материале жанра 3D-билборда) // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2024. Т. 15, № 3.

7. Шишова Н.В., Зоря У.А. Будущее наружной рекламы: роль креативных digital-форматов и 3D-технологий // Сборник материалов XXIX Всероссийской научно-методической конференции заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью и смежных направлений по теме «Высшая школа будущего: конвергенция традиционных и инновационных образовательных практик для коммуникационных дисциплин», Москва, 24 – 26 апреля 2025 года. – М.: Ассоциация коммуникационных агентств России, 2025. С. 238–244.

УДК 339.982

Цифровизация экономики: проблемный аспект

Сидорчук И.С., старший преподаватель

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. В статье автор анализирует существующие и потенциальные проблемы, связанные с цифровизацией мировой экономики, которые могут носить экономический, социальный или правовой характер. Рассматриваются причины и последствия данных проблем для мировой экономики и отдельных стран. В статье приводятся статистические данные, мировые индексы и рейтинги по цифровизации.

Ключевые слова: цифровизация, искусственный интеллект, инновации, мировая экономика

Digitalization of economy: problem perspective

*Sidarchuk I.S., senior lecturer
Belarus State Economic University*

Abstract. In the article the author analyze current and potential problems related to the world economy digitalization including economic, social and legal ones. The causes of the problems and their consequences for the world and domestic economies are considered. The article contains statistics, global indices and rankings on digitalization.

Keywords: digitalization, artificial intelligence, innovations, world economy

Цифровизация уже давно стала неотъемлемой частью жизни современного человека и общества. Сегодня существуют цифровые технологии и устройства, книги и учебники, деньги и товары, существует и понятие «цифровая экономика». Одной из актуальных тенденций развития мировой экономики в наши дни является цифровизация, под которой, согласно Министерству связи и информатизации Республики Беларусь понимают «современный тренд развития и последовательного улучшения всех бизнес-процессов экономики и социальных сфер, основанный на увеличении скорости взаимообмена, доступности и защищенности информации, а также на возрастании роли автоматизации как базы цифровизации» [1]. В более широком смысле можно говорить об этом явлении как о процессе внедрения цифровых технологий (искусственный интеллект и нейросети, облачные технологии, интернет вещей, большие данные, виртуальная и дополненная реальность, робототехника, 3-D технологии и др.) в экономические и бизнес-процессы с целью их оптимизации и создания новых экономических возможностей.

Преимущества цифровизации в экономике очевидны, о них много говорят и пишут. Вместе с этим, не стоит забывать, что любая инновация одновременно создает сложности и вызовы. В рамках данного исследования будет проведен анализ существующих и прогнозируемых проблем, которые, как ожидается, могут замедлить процесс цифровизации мировой экономики. Эти проблемы регулярно

поднимаются на глобальных экономических форумах (ежегодный экономический форум в Давосе, Министерская конференция ВТО и др.) и находятся под пристальным вниманием экономических, финансовых и торговых организаций (например, ООН и ЮНКТАД, МВФ, Всемирный Банк). Рассмотрим данный вопрос на примере технологий искусственного интеллекта.

Одной из главных проблем является неравномерная динамика цифровизации по странам мира, обусловленная различиями в уровне экономического и технологического развития, ограниченностью цифровой инфраструктуры и инвестиций в данную сферу, недостаточной включенностью в мировые процессы и рынки и рядом других факторов. В связи с этим появился целый ряд индексов и показателей, которые позволяют оценить темпы, тенденции и потенциал к внедрению цифровых технологий в странах мира: Global Innovation Index, публикуемый Всемирной организацией интеллектуальной собственности (WIPO) по 139 странам мира, Рейтинг мировой цифровой конкурентоспособности, составленный IMDBusinessSchool с охватом 67 стран, Глобальный индекс цифровизации (GDI) от Huawei, который измеряет прогресс в 77 странах, Индекс развития ИКТ по 170 странам от ITU (International Telecommunication Union) в составе ООН. В таблице 1 приведены данные по трем группам стран согласно классификации Всемирного банка по уровню дохода на душу населения; в каждой группе указаны пять лидирующих стран, если данные по ним приведены.

С учетом приведенных показателей можно сделать ряд позитивных и негативных выводов относительно обсуждаемой проблемы. Во-первых, независимо от уровня дохода и экономического развития страны можно отметить достаточно высокий и равномерный уровень информационно-коммуникационного развития, что, безусловно является необходимым условием и базисом последующей цифровизации экономики. Однако можно проследить тесную взаимосвязь между уровнем экономического развития страны и его инновационным характером, а также возможностью дальнейшего развития в этом направлении. Наиболее перспективными в этом направлении являются развитые, некоторые развивающиеся и новые индустриальные страны. Также следует отметить, что существует большой разрыв в уровне текущей и потенциальной цифровизации между странами-лидерами и наименее развитыми странами. Такая ситуация, безусловно может усугубить технологический разрыв между странами и ухудшить экономическое

положение таких стран из-за сокращения объемов торговли со странами мира.

Таблица 1. Рейтинг стран мира по уровню цифровизации, развития ИКТ и цифровой конкурентоспособности (2024–2025 гг.).

Показатели \ Страны	Страны с высоким уровнем дохода	Страны со средним уровнем дохода	Страны с низким уровнем дохода
Global Innovation Index (место в рейтинге 1-139)	Швейцария 1 Швеция 2 США 3 Сингапур 4 Корея 5	Китай 10 Индия 38 Турция 43 Вьетнам 44 Индонезия 55	Иордания 65 Тунис 76 Узбекистан 79 Сенегал 89
IMD World Digital Competitiveness Ranking (1-100 %)	Сингапур 100 Швейцария 93 Дания 92 США 91 Швеция 90	Китай 82 Казахстан 66 Таиланд 65 Индонезия 61,3 Индия 51	Иордания 52 Гана 31 Нигерия 30
Global Digitalization and Intelligence Index (1-100 %)	Сингапур 77,4 США 77,2 Финляндия 70,6 Швеция 70,5 Нидерланды 69,3	Китай 67,8 Малайзия 51,2 Таиланд 47,4 Бразилия 46,7 Мексика 42,7	Иордания 32,2 Узбекистан 31,5 Тунис 30,7 Кения 29,5 Боливия 27,9
ICT Development Index (1–100 %)	Кувейт 100 Финляндия 98,1 Эстония 97,9 Катар 97,8 Сингапур 97,8	Таиланд 91 Казахстан 90 Беларус 88,5 Кыргызстан 88,3 Турция 87,5	Иордания 84,9 Узбекистан 84,9 Тунис 77,2 Филиппины 74,4 Камбоджа 72,6

Источник: 2; 3; 4; 5.

Немаловажным сдерживающим фактором цифровизации мировой экономики может стать и степень адаптивности различных отраслей экономики к новым цифровым технологиям. Так, по данным аналитического агентства HGIInsights, которое опубликовало отчет по целому ряду отраслей относительно готовности компаний к внедрению технологий искусственного интеллекта, данный показатель колеблется в диапазоне от 34 до 21,2%. Самый высокий уровень готовности демонстрируют телекоммуникации (34%), медицина и химическая промышленность (30%), банковская и финансовая сферы (29%), перевозки и складирование (27,2%), производственный сектор (26,7%), компьютерные технологии и оборудование (25,9%), страхование (25,7%), розничная торговля (25,3%). Самый низкий показатель относится к сфере

обслуживания (21,5%) и оптовой торговли (21,2%). Среди компаний-лидеров в освоении технологий искусственного интеллекта названы IBM (100%), Siemens (74,3%), Johnson&Johnson (65%), Bosch (56,6%); в то же время некоторые признанные лидеры в своих областях существенно отстают по данному показателю, как, например, Amazon, Meta, Microsoft, Shell [6].

Крайне важной проблемой в контексте цифровизации экономики становится вопрос о правовом регулировании цифровых технологий как инструмента бизнеса и торговли. Законодательная база на национальном и мировом уровнях только начинает формироваться и это потребует долгих совместных усилий и обсуждений. Как и во всех других вопросах торговли и экономики потребуются стандартизация основных терминов и определений, целей и задач в области цифровых технологий, компетенций органов управления в этой сфере, принципов правового регулирования, мер по обеспечению государственной и общественной безопасности при использовании этих технологий, а также этических принципов. Правовое регулирование разработки, внедрения и использования искусственного интеллекта и других технологий необходимо осуществлять на международном, региональном и национальном уровнях. Во время Всемирного экономического форума в Давосе Генеральный директор ВТО г-жа Нгози отметила, что членам ВТО необходимо будет разработать единый подход к толкованию концепции, новые решения в области регулирования торговли как самой технологией, так и товарами и услугами, созданными с помощью искусственного интеллекта, чтобы в полной мере использовать преимущества этой технологии и в то же время минимизировать потенциальные риски. Особенно актуальными в цифровом формате экономической и бизнес деятельности, безусловно, станут вопросы интеллектуальной собственности и защиты персональных и корпоративных данных. Интеграция цифровых технологий в бизнес-практику может пошатнуть также и основы рыночной конкуренции, стать инструментом контроля рынка, монополистических или незаконных методов торговли и даже дискриминации в том числе и на международном уровне [7].

Прогнозируется также, что ожидаемый рост мировой экономики будет более медленным из-за сдерживания развития искусственного интеллекта. Это вызвано несколькими причинами. Во-первых, все больше и больше сервисов, основанных на искусственном интеллекте, способны напрямую конкурировать или заменять специалистов-людей.

Искусственный интеллект оказывает значительное влияние на трансформацию навыков, как в плане традиционных профессий, так и навыков, необходимых для работы с технологиями искусственного интеллекта. По оценкам института McKinsey, искусственный интеллект изменит 90% рабочих мест; больше всего пострадают рабочие места в крупных отраслях производства, логистики, торговли, банковского дела и страхования. Это может вызвать «массовую технологическую безработицу» и усугубить общую ситуацию в экономике, а также социальные проблемы в отдельных государствах. Во-вторых, это нехватка специалистов по технологиям искусственного интеллекта, так как спрос превышает предложение; подготовка и обучение в сфере цифровых технологий продвигаются в разных странах и регионах неодинаково. Более того, недостаточная осведомлённость сотрудников, чья деятельность напрямую не связана с нейросетями, об их возможностях по облегчению ежедневной рутины и повышению личной продуктивности потребует дополнительного обучения или переподготовки кадров, а также, вероятно, реорганизации многих привычных процессов и практик.

Еще одной серьезной проблемой, связанной с технологией искусственного интеллекта, является отсутствие прозрачности. Это может привести к трудностям в понимании того, как она приходит к своим решениям или прогнозам. Как известно, результат решения проблемы во многом зависит от исходных данных, формулировки задач, технических показателей и других факторов. Отсутствие прозрачности вызывает вопросы этики и подотчетности, так как в разработке, документировании и оценке моделей искусственного интеллекта отсутствует стандартизация. Искусственный интеллект может оптимизировать глобальные цепочки поставок, в то же время он может отдавать приоритет экономии средств, а не этическим практикам, что может приводить к репутационным рискам и возможным санкциям. Анализируя современные цифровые технологии, можно отметить несовершенство самой технологии искусственного интеллекта, которая может генерировать неправильные ответы, предоставлять ограниченные данные и тем самым снижать доверие со стороны участников бизнеса и поднимать вопросы ответственности за решения, принятые машинным интеллектом. Таким образом, возникает проблема технической стандартизации и спецификации самих технологий, предназначенных для использования в определенных сферах и для решения определенных задач.

Подводя итог, следует заметить, что выше рассмотрены наиболее глобальные и значимые проблемы, решение которых потребуется в процессе цифровизации экономики. Очевидно, что существуют проблемы другого порядка, как, например, высокая стоимость разработки, внедрения и обслуживания новых технологий; негативные последствия мировой цифровизации для окружающей среды и целый ряд других. В таких условиях необходимо учитывать проблемные стороны цифровизации экономики для более успешной и эффективной интеграции новых инструментов в современное экономическое пространство.

Библиографический список

1. Оценка уровня цифрового развития организаций, отраслей и функциональных сфер. URL: https://www.mpt.gov.by/sites/default/files/spravочно_1_kratkoe_opisanie_metodiki_ocenki_urovnya_cifrovizacii.pdf.
2. Global Innovation Index 2025. URL: <https://www.wipo.int/web-publications/global-innovation-index-2025/en/gii-2025-results.-innovation-across-the-world-s-regions>.
3. IMD World Digital Competitiveness Ranking. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitivenesscenter/rankings/world-digital-competitiveness-ranking/>.
4. Global Digitalization and Intelligence Index 2025. URL: <https://www-file.huawei.com/admin/asset/v1/pro/view/15f502d6621c4a3bade5c5d8dc188b24.pdf>.
5. ICT Development Index 2024. URL: <http://www.itu.int/>.
6. GenAI Readiness Report: The Most AI-Mature Companies in 2025. URL: <https://explore.hginsights.com/genai-readiness-report-2025>.
7. Trading with intelligence. How AI shapes and is shaped by international trade. URL: <https://www.wto.org/english/rese/bookspe/tradingwithintelligence.pdf>.

УДК 343.349;004

Фейковые новости как угроза национальной безопасности

Сухонина Н.А., старший преподаватель

Соловьева Д.Д., студент

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. Статья посвящена анализу угроз национальной безопасности, связанных с распространением фейковых новостей в цифровую эпоху. Авторы рассматривают феномен целенаправленной дезинформации, подрывающей доверие к политическим институтам и дестабилизирующей общественно-политическую обстановку. В качестве решения проблемы анализируются три ключевых подхода: правовой (на примерах России, Германии и Малайзии), технологический (фактчекинг и алгоритмы) и образовательный (развитие медиаграмотности). Делается вывод о том, что ни один из методов не является самодостаточным, и для эффективного противодействия требуется комплексная стратегия, интегрирующая все три направления.

Ключевые слова: дезинформация, национальная безопасность, фейк-ньюс, фейковые новости

Fake News as a Threat to National Security

Sukhonina N.A., senior lecturer

Solovyeva D.D., student

Yaroslavl State University named after P.G. Demidov

Abstract. The article analyzes the threats to national security associated with the spread of fake news in the digital age. The authors examine the phenomenon of deliberate disinformation, which undermines trust in political institutions and destabilizes the socio-political situation. Three key approaches to addressing the problem are analyzed: legal (using examples from Russia, Germany, and Malaysia), technological (fact-checking and algorithms), and educational (developing media literacy). It is concluded that none of the methods is self-sufficient, and an effective counteraction strategy requires an integrated approach that combines all three directions.

Keywords: disinformation, national security, fake news, fact-checking, media literacy

Распространение с невиданной скоростью фейковых новостей в цифровую эпоху представляет собой серьезную угрозу национальной безопасности государства. Этот феномен обусловлен тем, что с каждым днем правдивую информацию сложно отличить от ложной, а последствия дезинформации могут быть разрушительными для страны и отдельных социальных групп. Фейковые новости, созданные с целью манипуляции массовым сознанием, дестабилизации общественно-политической

обстановки, становятся мощным оружием как внутренних, так и внешних акторов. Главная их опасность заключается в способности провоцировать страх и панику среди населения и деформировать общественный диалог. Поэтому каждое государство стремится создать эффективные методы противодействия им и минимизировать деструктивное воздействие на общество.

В академическом дискурсе «фейковые новости» (fakenews) часто рассматриваются как часть более широкого концепта «дезинформации», под которой понимается намеренное создание и распространение ложной информации с целью причинения вреда [1, с. 132]. Другой смежный термин – «мисинформация» – непреднамеренное распространение ложных сведений. Для целей данной статьи мы будем использовать термин «фейковые новости» как устоявшийся в публичном поле, подразумевая под ним целенаправленную дезинформацию, имитирующую формат новостного сообщения.

Решение данной проблемы затруднено тем, что в современной юридической и политической науке отсутствуют глубинные профессиональные исследования, посвященные именно методам и технологиям противодействия распространению фейковых новостей и их влиянию. В российской литературе термин «фейковые новости» впервые стал использоваться после такого события, как избирательная кампания президента США Дональда Трампа в 2016 г. Тогда в США говорили о прямом влиянии Москвы на американскую политическую жизнь и оказании реальной поддержки кандидату от республиканцев Трампу [2, с. 38].

Угрозы, порождаемые фейковыми новостями, носят многоуровневый характер. Помимо уже упомянутых дестабилизации общественно-политической обстановки и манипуляции массовым сознанием, ключевой угрозой является подрыв легитимности политических институтов. Систематическая дезинформация разрушает базовое доверие граждан к медиа, правительству, судебной и избирательной системам, что в долгосрочной перспективе ведет к эрозии общественного договора.

Угроза национальной безопасности в сравнительной перспективе материализуется не только в гипотетических сценариях, но и в конкретных кейсах. Помимо упомянутого «дела Трампа», показателен пример «Кембридж Аналитика», когда данные пользователей Facebook использовались для таргетированной рассылки дезинформации [3]. Во Франции в 2017 году во время президентской кампании распространялись фейки о кандидате Макроне, что заставило спецслужбы активно

вмешаться в информационное пространство. Для Российской Федерации подобные кампании также являются вызовом, что подтверждается принятием превентивных законодательных мер.

Существует несколько подходов к противодействию с ними – правовой, технологический и образовательный.

Правовой метод на примере РФ, Малайзии и Германии подразумевает законодательное регулирование. Так, в России в 2022 году был введен Закон «О публичном распространении заведомо ложной информации» [4]. Статья №207 УК РФ предусматривает административную (штраф в размере до 500 тыс. руб.) и уголовную ответственность (ограничение свободы на срок до 3 лет) [5]. В Германии же подобный закон принят в 2018 году и направлен на регулирование социальных сетей. Отличительной чертой немецкого закона от российского заключается в том, что норма обязывает публиковать отчеты о модернизации контента и само положение направлено не на прямое преследование распространителей, а на социальные платформы.

Говоря про малазийский опыт Закона «О ложной информации», то стоит отметить, что он носил такой же характер как российский закон, но был отменен в 2021 году из-за резкой критики правозащитников, считавших норму – почвой для подавления инакомыслия и ограничения свободы слова.

Технологический подход предполагает использование специализированных платформ и алгоритмов для обнаружения, проверки и опровержения дезинформации. В качестве инструментов служат фактчекинговые платформы и алгоритмы с использованием AI. Associated Press Fact, PolitiFact, Проверено.Медиа, FactCheck.org и др. собирают потенциальные фейк-ньюс из различных источников и уже квалифицированные фактчекеры анализируют и сверяют собранный материал с надежными источниками. Такой подход является прозрачным для граждан, так как публикация источников делает процесс открытым. При алгоритмах же используются контент анализ на специфические маркеры, стиль написания и дипфейков, а также анализ метаданных и поведения – анализ скорости распространения новостей в социальных сетях, комментариев и реакций пользователей на новость.

Несмотря на потенциал, технологии сталкиваются с серьезными вызовами. Это и «гонка вооружений» с создателями фейков, которые постоянно находят способы обхода алгоритмов (например, с помощью дипфейков), и проблема масштабирования, и риск ошибок (как ложно-

позитивных, так и ложно-негативных срабатываний), что может привести к цензуре легитимного контента.

Образовательный подход фокусируется на развитие медийной грамотности и критического мышления, чтобы граждане могли самостоятельно распознавать фейк-ньюс. Так, во ВКонтакте существует группа «Диалог – цифровые коммуникации», где главная цель – обучить пользователей цифровой грамотности. Помимо этого, в России на международном уровне проводятся форумы по кибербезопасности, включающие треки по кибергигиене, информационной безопасности, например, в 2025 г. в Томске прошел форум CyberV. Детей школьного возраста на уроках «Разговоры о важном» знакомят с цифровой сферой, а в ВУЗах студенты осваивают дисциплину «Безопасность в современной информационной среде» [6].

Анализ трех подходов демонстрирует, что ни один из них не является самодостаточным. Эффективная стратегия требует интеграции усилий политологов (анализ политических последствий), юристов (разработка сбалансированных норм), лингвистов (анализ нарративов и дискурса), психологов (понимание механизмов восприятия) и IT-специалистов (создание инструментов).

Поскольку дезинформация не знает границ, критически важным является обмен опытом и данными на международном уровне. Это включает в себя гармонизацию законодательств (где это возможно), создание совместных фактчекинговых инициатив и сотрудничество tech-компаний в разных юрисдикциях для выявления и пресечения координированных кампаний по дезинформации.

Таким образом, феномен фейк-ньюс является реальной и растущей с каждым днем угрозой национальной безопасности. Дезинформация способна не только искажать общественное мнение, но и провоцировать социальную напряженность, создавая условия для внешнего вмешательства. Перспективы противодействия фейковым новостям требуют продолжение развития комплексного подхода. Несмотря на то, что правовое регулирование является необходимым инструментом, оно не должно стать угрозой для свободы слова, что подтверждается негативным опытом Малайзии. Технологические решения продолжат развиваться, но их эффективность будет зависеть от способности дальше адаптироваться к возникающим методам создания фейк-ньюс и минимизировать риски избыточной цензуры.

Однако важным инструментом в долгосрочной перспективе будет оставаться образовательный подход. Чем больше граждане будут

грамотны в области медиа, тем меньше вероятность дезинформации повлиять на доверие к государству и его политическим институтам, так как формирование критически мыслящего населения, способного самостоятельно оценивать достоверность информации, является самой надежной защитой от фейковых новостей. Таким образом, устойчивость общества к дезинформации может быть обеспечена только за счет синергии сбалансированного правового регулирования, передовых технологий и системного просвещения населения.

Библиографический список

1. Григорян Д.К. Фейковые новости в эпоху цифроизации: технологии противодействия распространению // Юристъ-Правоведъ: науч.-теоретич. и информац.-методич. журн. Ростов-на-Дону. 2024. № 3(110). С. 132–136.
2. Манойло А.В. «Фейковые новости» как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2019. № 2. С. 37–45.
3. Meredith S. Facebook-Cambridge Analytica: A timeline of the data hijacking scandal. URL: <https://www.cnn.com/2018/04/10/facebook-cambridge-analytica-a-timeline-of-the-data-hijacking-scandal.html>.
4. О противодействии распространению заведомо ложной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений: Федеральный закон от 04.03.2022 № 32-ФЗ (ред. от 14.07.2022).
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 (ред. от 14.08.2024).
6. Иванова О. Школьники и студенты обсудили цифровой суверенитет на уроке «Разговоры о важном». URL: <https://vz.ru/news/2025/9/29/1363159.html>.

УДК 342

Защита персональных данных в эпоху цифрового мира

Полтавец О.А., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Современный мир стремительно движется вперед благодаря развитию цифровых технологий, открывающих новые

возможности для бизнеса, коммуникации и повседневного взаимодействия. Однако рост цифровизации также сопровождается увеличением рисков утечки конфиденциальной информации и злоупотребления персональными данными. Данная статья посвящена вопросам защиты личной информации пользователей в условиях активного развития цифровой среды.

Ключевые слова: персональные данные, цифровая безопасность, киберпреступность, фишинг, утечка данных

Protecting Personal Data in the Digital Age

Poltavets O.A., lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. The modern world is rapidly advancing thanks to the development of digital technologies, opening up new opportunities for business, communication, and everyday interactions. However, the growth of digitalization is also accompanied by increased risks of confidential information leaks and personal data abuse. This article is devoted to the protection of users' personal information in the context of the active development of the digital environment.

Key words: personal data, digital security, cybercrime, phishing, data leakage

Современное общество необратимо вступило в эпоху цифровизации, где обмен информацией стал основой социальных, экономических и политических процессов. Персональные данные, понимаемые как любая информация, относящаяся к идентифицированному или идентифицируемому лицу, превратились в новый вид актива, часто сравниваемый с нефтью XXI века [2].

Цифровая среда создает принципиально новые угрозы для конфиденциальности, которые не были свойственны аналоговой эпохе. Традиционные подходы к защите данных, ориентированные на обеспечение физической безопасности носителей, утрачивают свою эффективность. Ключевой проблемой становится не столько хищение конкретного файла, сколько несанкционированный сбор, кросс-контекстный анализ и коммерческое использование массивов

информации, которые пользователь добровольно или неосознанно предоставляет множеству онлайн-сервисов.

Каждое действие в сети - от поискового запроса до лайка в социальной сети - становится элементом масштабной поведенческой модели. Персональные данные из обезличенной информации превратились в ключевой экономический актив, определяющий развитие маркетинга, финансов, здравоохранения и государственного управления. Утечка банковской информации, компрометация паролей, фишинговые атаки стали привычными явлениями повседневной жизни многих пользователей сети Интернет.

Согласно отчетам ведущих компаний в области кибербезопасности, в 2024 году было зафиксировано свыше шести миллиардов утечек записей, содержащих персональные данные [2].

Угрозы персональным данным многолики и исходят из разных источников. Их происхождение можно условно разделить на внешние, внутренние и системные, при этом границы между этими категориями зачастую оказываются размыты.

Внешние угрозы ассоциируются с деятельностью злоумышленников, находящихся за пределами организации. Киберпреступники, использующие sophisticated-методы, такие как целевые фишинговые атаки или внедрение вредоносного программного обеспечения, ставят своей целью непосредственный захват массивов информации.

Внутренние угрозы представляют собой не менее серьезную проблему, поскольку исходят от лиц, имеющих легальный доступ к информационным системам. Это могут быть как умышленные действия недовольных сотрудников, так и непреднамеренные ошибки персонала, вызванные недостаточной квалификацией или невнимательностью [3].

Наиболее сложными для идентификации и нейтрализации являются системные угрозы, порожденные самой архитектурой цифровой экосистемы. Они не всегда являются результатом чьего-то злого умысла, а скорее следствием фундаментальных свойств используемых технологий и бизнес-моделей. К таким угрозам относится, например, сбор и агрегирование данных крупными технологическими платформами с целью рекламы.

В Российской Федерации ключевую роль в формировании правового поля играет Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных». Основная цель данного законодательного акта заключается в обеспечении правовой определенности и создании сбалансированного режима обработки персональных данных. Этот режим направлен на

гарантированную защиту прав и свобод человека и гражданина, в первую очередь права на неприкосновенность частной жизни и прозрачность информационных процессов для организаций и государственных органов [1].

Социальная инженерия, фишинг и низкий уровень цифровой грамотности пользователей сводят на нет усилия по построению сложных систем безопасности. Исследования показывают, что свыше 80% успешных кибератак становятся возможными из-за ошибок персонала или простых пользователей. В этой связи становится очевидной необходимость комплексного подхода, сочетающего не только технические средства и законодательное принуждение, но и непрерывное просвещение. Формирование культуры ответственного отношения к персональным данным на уровне общества является не менее важной задачей, чем разработка новых стандартов шифрования.

Защита персональных данных перестает быть сугубо технической или юридической дисциплиной и становится комплексной социальной проблемой, от решения которой зависит устойчивость цифрового будущего.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 № 152-ФЗ (в ред. от 24.06.2025) «О персональных данных».

2. Кузнецов П.В. Цифровая грамотность населения как фактор информационной безопасности личности // Социологические исследования. 2023. № 8. С. 70–81.

3. Соловьев Е.А. Технологии Privacy by Design как основа соответствия требованиям 152-ФЗ и GDPR// Информационное право. 2022. № 3. С. 15–22.

УДК 336

Финансовая грамотность населения в условиях цифровой экономики

Русакова К.В., преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. В современных условиях цифровой экономики населению необходимы умения, навыки и знания для принятия обоснованных решений и управления личными финансами. Финансовая

грамотность предоставляет людям больше возможностей для достижения финансового благополучия и защиты от мошенничества. В статье рассмотрены практические преимущества финансовой грамотности в условиях цифровой экономики, приведена динамика индекса финансовой грамотности. Кроме того, автором обозначены основные направления повышения финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: финансовая грамотность, цифровизация, личные финансы, управление, индекс финансовой грамотности

Financial literacy of the population in the digital economy

Rusakova K.V., lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk branch*

Abstract. In the modern conditions of the digital economy, the population needs skills, knowledge and abilities to make informed decisions and manage personal finances. Financial literacy provides people with more opportunities to achieve financial well-being and protection from fraud. The article discusses the practical benefits of financial literacy in the digital economy, the dynamics of the financial literacy index. In addition, the author outlines the main directions of improving the financial literacy of the population.

Keywords: financial literacy, digitalization, personal finances, management, financial literacy index

Финансовая грамотность есть совокупность теоретических знаний, а также практических умений и навыков управления деньгами и финансовыми инструментами с целью обеспечения материального благополучия. Финансово грамотный человек умеет контролировать личные финансы, сберегать и накапливать, инвестировать, управлять долгами, а также защищать себя от финансовых мошенничеств. Государственное экономическое развитие и социальная стабильность во многом зависят от уровня финансовой грамотности населения. А современные условия повсеместной цифровизации требуют от участников экономических отношений более глубоких знаний в финансовой сфере.

Финансовая грамотность населения в условиях цифровой экономики имеет ряд практических преимуществ:

1. С развитием цифровых услуг расширяется круг финансовых

продуктов и доступ к ним. У населения появляется больше возможностей для управления денежными средствами, а понимание финансовых инструментов способствует экономически обоснованному принятию решений о капиталовложениях.

2. Цифровизация напрямую связана с финансовыми рисками. Финансовая грамотность помогает отличать честные предложения от мошенничества и защищать свои финансовые интересы.

3. Финансовая грамотность повышает эффективность управления личными финансами благодаря практическому применению цифровых приложений и платформ.

4. Финансовая грамотность дает навыки анализа финансовых данных, оценки рисков и выбора оптимальных финансовых стратегий. Это позволяет принимать обоснованные решения при инвестировании, планировании покупок или кредитовании.

Показателем оценки способности человека к эффективному управлению личными финансами выступает индекс финансовой грамотности (ИФГ), представляющий собой сумму значений частных индексов, среди которых:

1. Финансовые знания – частный индекс, характеризующий уровень понимания базовых финансовых концептов, свойств финансовых продуктов, инфляции, взаимосвязи риска и доходности.

2. Финансовые навыки – частный индекс, оценивающий умение принимать взвешенные финансовые решения в повседневной жизни.

3. Финансовые установки – частный индекс, демонстрирующий ориентацию на достижение финансовых целей долгосрочного характера, понимание необходимости соблюдения разумного баланса трат и сбережений.

Данные об уровне ИФГ населения Российской Федерации за 2018–2024 годы представлены на рисунке 1 [1].

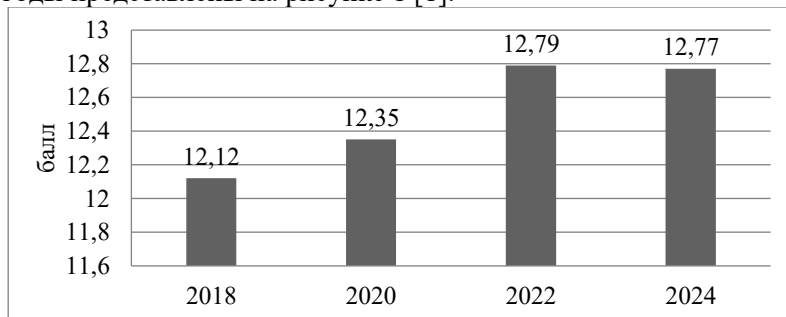


Рисунок 1. Динамика ИФГ россиян за 2018–2024 гг.

Значения ИФГ зависят от социально-демографических характеристик населения. Самый высокий уровень финансовой грамотности демонстрируют опрошенные старше 35 лет. Более низкие значения индекса у представителей молодежи, безработных, жителей сельской местности и отдаленных районов.

Данные о доли населения Российской Федерации по уровню финансовой грамотности за 2018–2024 годы представлены на рисунке 2 [1].

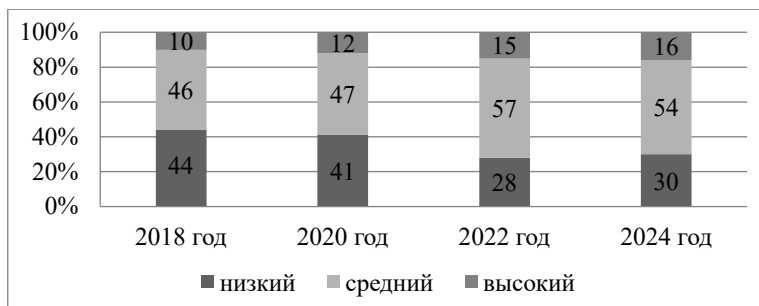


Рисунок 2. Динамика удельного веса россиян с разным уровнем финансовой грамотности за 2018–2024 гг.

Возможный максимум ИФГ составляет 21 балл. При этом для диапазона 1–11 баллов характерен низкий уровень финансовой грамотности, 12–15 баллов – средний, 16–21 балл – высокий. В динамике за анализируемый период удельный вес россиян с низким уровнем финансовой грамотности снижается. С течением времени наблюдается перераспределение доли россиян с низким уровнем финансовой грамотности в пользу тех, кто имеет средний и высокий уровни

Таким образом, финансовая грамотность – ключевой аспект личного и общественного благополучия. Драйверами повышения финансовой грамотности населения в условиях цифровой экономики следует рассматривать:

1. Образование и информирование. Образовательные программы и информационные кампании о финансах направлены на повышение осведомленности о финансовых инструментах, услугах и концепциях. Их реализацию можно осуществлять посредством специализированных приложений, семинаров, онлайн-курсов.

2. Обучение населения навыкам составления личного (семейного) бюджета поможет регулярно учитывать доходы и расходы, группировать статьи поступлений и платежей, анализировать их структуру с целью

оптимизации расходов.

3. Обучение инвестированию. Обучение в данной области должно быть последовательным, поскольку связано с определенными рисками, которые с ростом потенциальной доходности инвестиций только увеличиваются.

4. Понимание необходимости раннего начала формирования пенсионного капитала, что обеспечит благосостояние населения в пенсионном возрасте, кроме того, пенсионный капитал – дополнительный источник дохода.

5. Просвещение населения в области финансовой безопасности, с целью защиты от мошенничества и безопасного использования цифровых финансовых технологий.

6. Обучение использованию финансовых технологий, онлайн-банкингу, мобильным приложениям для управления финансами и инвестициями.

Продвижение финансовой грамотности в этих направлениях способствует повышению финансовой устойчивости и благополучия людей.

Библиографический список

1. Индекс финансовой грамотности россиян – 2024 [Электронный ресурс]. URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-finansovoy-gramotnosti-rossiyan-2024>.

УДК 004.6:351

Большие данные в системах государственного управления: методология анализа и вызовы внедрения

Тихонов Д.В., канд. техн. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье анализируется применение технологий больших данных (Big Data) в государственном управлении. Прослеживается эволюция от парадигмы «электронного правительства» к модели «правительства, основанного на данных» (Data-Driven Government). Детально рассматриваются ключевые информационные процессы, связанные с работой с большими данными в государственном

секторе, а также этические аспекты использования предиктивной аналитики и автоматизированного принятия решений.

Ключевые слова: большие данные, Big Data, государственное управление, data-driven government, интеллектуальный анализ данных, машинное обучение, предиктивная аналитика, данные-силосы, информационная безопасность, управление на основе данных

Big data in public administration systems: methodology of analysis and challenges of implementation

Tikhonov D.V., Candidate of Technical Sciences

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article analyzes the application of big Data technologies in public administration. The evolution from the paradigm of "electronic government" to the model of "Data-Driven Government" is traced. The article provides a detailed review of key information processes related to working with big data in the public sector, as well as the ethical aspects of using predictive analytics and automated decision-making.

Keywords: big data, Big Data, public administration, data-driven government, data mining, machine learning, predictive analytics, data silos, information security, data-driven management

В современную эпоху феномен больших данных представляет собой одно из наиболее актуальных проявлений информационных процессов. Эти данные характеризуются огромными объемами, высокой скоростью обновления и значительным разнообразием форматов. Если в бизнес-среде Big Data уже стали стандартом, то их внедрение в систему государственного управления сталкивается с уникальными методологическими, технологическими и социальными вызовами [1].

Эволюция государственного управления проявляется в переходе от традиционной модели «электронного правительства», которая была ориентирована на автоматизацию процессов и предоставление услуг в цифровой форме, к новой парадигме «правительства, основанного на данных». В этой новой модели данные становятся ключевым активом и фундаментом для принятия управленческих решений [2]. Такой переход подразумевает несколько фундаментальных изменений: управление становится не реактивным, а проактивным и предиктивным, например, в

сфере прогнозирования преступности или предупреждения чрезвычайных ситуаций. Услуги трансформируются из унифицированных в персонализированные, как в случае с целевой социальной поддержкой. Оценка эффективности смещается с отчетных показателей на анализ цифровых следов в реальном времени.

С точки зрения информационных технологий, работа с большими данными в государственном управлении выстраивается в цепочку взаимосвязанных процессов. Начинается все со сбора и аккумуляции информации из разнообразных источников, включая ведомственные системы, данные с IoT-устройств, открытые данные и пользовательский контент из социальных сетей. При этом остро стоит проблема интеграции так называемых «Data silos» - изолированных массивов информации, накопленных в разных ведомствах.

Далее следует хранение и обработка, для которых требуются специальные технологии, такие как распределенные кластерные системы и облачные хранилища, поскольку традиционные СУБД не справляются с подобными объемами. На этапе анализа и моделирования применяются методы интеллектуального анализа данных и машинного обучения, позволяющие, например, прогнозировать вспышки заболеваний или оптимизировать маршруты общественного транспорта. Завершающим звеном является визуализация и принятие решений, когда результаты анализа представляются в виде интерактивных дашбордов и отчетов, делая их наглядными и удобными для управленцев.

Для практической реализации парадигмы Data-Driven Government предлагается многоуровневая архитектура. Ее основу составляет инфраструктурный уровень, включающий вычислительные кластеры, системы хранения и сети передачи данных. Над ним находится уровень данных, представленный единым пространством данных государства, которое объединяет стандартизированные наборы информации из различных источников. Аналитический уровень включает платформы с инструментами для машинного обучения и обработки данных в реальном времени. Завершает структуру управленческий уровень, где системы поддержки принятия решений и дашборды предоставляют управленцам интерфейс для работы с аналитическими выводами.

Внедрение такой архитектуры сопряжено с серьезными вызовами. Среди технологических вызовов - проблемы качества и согласованности данных, а также обеспечение масштабируемости инфраструктуры. Кадровые вызовы связаны с острым дефицитом специалистов в сфере

data science, которые понимали бы специфику государственного управления.

Проведенный анализ показывает, что большие данные обладают значительным потенциалом для трансформации государственного управления, делая его более эффективным, проактивным и обоснованным. Однако для реализации этого потенциала требуются не только технологические инвестиции, но и глубокие организационные изменения, преодоление ведомственных барьеров, развитие кадров и формирование адекватной правовой и этической базы. Таким образом, построение «правительства, основанного на данных» является комплексной междисциплинарной задачей, находящейся на стыке информатики, теории управления, права и социологии. Дальнейшие исследования целесообразно направить на разработку методик оценки зрелости государственных органов в сфере управления данными, а также на создание стандартов, обеспечивающих безопасность и доверие к этим процессам.

Библиографический список

1. Тихонов Д.В. Информационные технологии в цифровой экономике: учебное пособие / Д.В. Тихонов, М.О. Ермоленко, О.Ю. Русинова. – Ярославль: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2024. 144 с.

2. Janssen M., van der Voort H., Wahyudi A. Factors influencing big data decision-making quality // Journal of Business Research. 2017. Vol. 70. P. 338–345.

УДК 658.71

Современное развитие и цифровизация госзакупок

Шестакова М.В., преподаватель ИКК

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Современная экономика требует постоянного обновления подходов к управлению финансовыми ресурсами государства. Одним из наиболее значимых направлений такого обновления является процесс цифровизации государственных закупок. Благодаря современным технологиям государство получает доступ к

новым возможностям по обеспечению открытости, конкуренции и снижению коррупционных рисков в системе госзакупок.

Ключевые слова: экономика, цифровая трансформация, электронные площадки, цифровизация, механизм, государственные закупки

Current development and digitalization of public procurement

***Shestakova M.V.**, lecturer IKK*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Krasnoyarsk Branch*

Abstract. The modern economy requires constant updating of approaches to managing state financial resources. One of the most significant areas of this updating is the digitalization of public procurement. Thanks to modern technologies, the state gains access to new opportunities to ensure openness, competition, and reduce corruption risks in the public procurement system.

Keywords: economics, digital transformation, electronic platforms, digitalization, mechanism, public procurement

Цифровая трансформация предполагает широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и переход на электронные площадки, автоматизацию бизнес-процессов и использование больших данных для принятия управленческих решений.

Электронные аукционы стали важнейшим инструментом сокращения коррупции и повышения прозрачности. Сегодня практически вся сфера госзакупок перешла на электронный формат. Это позволяет существенно сократить временные затраты на проведение конкурсных процедур, повысить конкуренцию среди поставщиков и обеспечить равноправие всех участников аукциона [2].

Например, Единая информационная система (ЕИС) в России стала основным электронным механизмом осуществления государственных закупок. Она обеспечивает свободный доступ к данным обо всех конкурсах, котировочных сессиях и тендерах, что повышает доверие населения к государственным органам власти.

Согласно данным представленных в таблице 1, которые свидетельствуют о резком увеличении активности в период введения единой информационной системы (ЕИС) в сфере государственных закупок, которое пришлось на 2014–2017 годы. Именно тогда, на этапе

становления системы, наблюдался существенный прирост количества опубликованных планов-закупок и подписанных договоров согласно Федеральному закону № 223-ФЗ. Этот показатель оказался гораздо выше аналогичного значения по Закону № 44-ФЗ, что объясняется широким применением портала zakupki.gov.ru до начала указанного периода. Важно подчеркнуть, что в течение последующих 11 лет электронная система превратилась в полноценный инструмент обеспечения прозрачности и удобства заключения контрактов: число заключённых соглашений по Закону № 44-ФЗ увеличилось на 21%, а по Закону № 223-ФЗ рост составил впечатляющие 11320% [1].

Таблица 1. Динамика публичных закупок в ЕИС за 2014–2024 гг.

Год	Планы - графики		Извещения		Контракты/договоры	
	44-ФЗ	223 - ФЗ	44-ФЗ	223 - ФЗ	44-ФЗ	223 - ФЗ
2014	166997	76	2781688	1035847	2790498	14139
2015	185938	504	3072329	1225822	3327770	992713
2016	190145	4392	3085447	1378210	3455433	1193593
2017	201207	27868	3160705	1274842	3540410	1150653
2018	192805	40054	3237012	1351897	3610306	1274723
2019	185867	42094	2960349	1299351	3645984	1525517
2020	180665	43734	2178149	1084730	3419867	1511903
2021	177778	51210	2360574	1105603	3333108	1689064
2022	172012	51182	2297869	969514	3209594	1607438
2023	173094	49036	2422361	922443	3341473	1591534
2024	169357	48730	2566653	928086	3373251	1614779

Использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения помогает анализировать огромные объемы данных о поставщиках, товарах и услугах, обеспечивая быстрое принятие обоснованных решений. Такие технологии позволяют эффективно мониторить рынок, определять справедливую цену на товары и минимизировать финансовые потери.

Также благодаря большим данным государственные органы могут лучше планировать будущие расходы, заранее выявлять недобросовестных исполнителей и снижать вероятность нарушений. Так, выявление и предупреждение конфликтных ситуаций либо фактов мошенничества становятся намного проще благодаря применению продвинутых алгоритмов машинного обучения.

Особое внимание привлекает такое направление развития, как технологии блокчейна и смарт-контрактов. Они способствуют созданию высокоэффективных механизмов защиты торговых операций,

обеспечивая абсолютную прозрачность и неизменность итогов конкурсных мероприятий и коммерческих переговоров. Сейчас уже реализуются первые экспериментальные проекты в ряде стран, включая Российскую Федерацию, где данная технология активно применяется для детального мониторинга платежных операций и строгого контроля выполнения договорных обязательств всеми участниками сделки.

Технология блокчейн сводит к минимуму потребность в посредниках, ускоряет обработку документов и усиливает надежность каждой операции. Что касается смарт-контрактов, то они предусматривают автоматическое исполнение предусмотренных договором условий, устраняют вмешательство человеческого фактора и предупреждают задержку расчетов.

Свободный доступ к сведениям приобретает решающее значение для укрепления доверия граждан к действиям властей. Чем больше сведений доступно широкой аудитории, тем меньше возможностей остается для манипуляций и нарушения закона. Порталы открытых данных предоставляют общественности возможность контролировать правильность расходов бюджетных средств, проверяя обоснованность цен, качество приобретаемых товаров и услуг.

Современные технологии делают возможным мониторинг даже малейших изменений, происходящих в системе государственных закупок, позволяя выявить несоответствия и устранить нарушения задолго до наступления негативных последствий.

Таким образом, цифровая трансформация играет ключевую роль в развитии системы государственных закупок. Через улучшение прозрачности, повышение эффективности и снижение коррупционных рисков государство способно сэкономить значительные средства и направить их на решение социальных и экономических задач.

Библиографический список

1. Белокрылова О.С., Мельников ВВ.В. Развитие технологий и цифровизация публичных закупок в России: эмпирическое исследование. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tehnologiy-i-tsifrovizatsiya-publichnyh-zakupok-v-rossii-empiricheskoe-issledovanie>.
2. Федотова М.А., Алексеева Л.В. Функционирование электронного формата государственных закупок в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 4. С. 12–19.

Секция 6. Межкультурная коммуникация

УДК 802.0:378.4

Некоторые рекомендации по переводу лексических единиц английского научно-технического текста военно-профессиональной направленности

Дурмаз Н.О., канд. филол. наук, доцент

*Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны
имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова*

Аннотация. В статье рассматриваются характерные черты английского научно-технического текста (НТТ) на примере текста военно-профессиональной направленности, исследуется его лексический состав, особенности лексических единиц. В статье предлагается ряд рекомендаций по использованию корректных трансформаций для перевода лексических единиц НТТ военно-профессиональной направленности с английского языка на русский. Терминологическую лексику английского языка рекомендуется переводить при помощи подбора эквивалентных единиц, для передачи безэквивалентной лексики задействовать такие переводческие трансформации как транскрипцию, транслитерацию, калькирование и описательный перевод.

Ключевые слова: научно-технический текст, лексическая единица, термин, эквивалент, переводческая трансформация

Some recommendations for the translation of lexical units of English scientific and technical texts of a military-professional nature

Durmaz N.O., PhD (Philology), Associate Professor

*Yaroslavl higher military school of air defense named after Marshal of the
Soviet Union L.A. Govorov*

Abstract. The main features of the English scientific and technical text (STT) on the example of a military-professional text, its lexis, the peculiarities of the lexical units are investigated in the article. Some recommendations for applying correct transformations for the translation of STT of a military-professional nature lexical units from English into Russian are provided in the

article. English terms are recommended to translate with the help of equivalents, for the non-equivalent terms such translation transformations as transcription, transliteration, loan translation and narrative are to employ.

Keywords: scientific and technical text, lexical unit, term, equivalent, translation transformation

Знание иностранного языка очень часто является показателем успешности профессиональной деятельности различных специалистов. Один из важных навыков, приобретаемых военными специалистами в процессе обучения иностранному (в частности, английскому) языку, это умение работать со специальными военно-техническими текстами. Работа с текстом – это всегда многокомпонентный процесс, который включает ряд последовательных этапов. Умение осуществлять перевод текста является наиболее необходимым в профессиональной деятельности навыком. Перевод текста помогает военному специалисту не только получить доступ к актуальной информации, но и способствует лучшему усвоению иностранного языка: помогает проанализировать лексико-грамматическую структуру иностранного текста и лучше осознать содержащуюся в тексте информацию.

В работе ставится цель исследовать лексику английского научно-технического текста военно-профессиональной направленности, а также некоторых приемов перевода лексических единиц на русский язык.

В настоящее время написано большое количество научных трудов по функциональной принадлежности текстов и их жанровым характеристикам. Выделяя особенности научных и научно-технических текстов, многие отечественные ученые-лингвисты отмечают их точность, логичность, абстрактность и объективность при изложении информации. Например, по мнению И.В. Арнольд, научный стиль характерен для текстов, передающих точные сведения из какой-либо специальной области [2]. Г.Б. Поспелова, автор ряда работ по научному стилю английского языка, придерживается такого же мнения и заявляет о точности НТТ, как характерной черте научного стиля. Точность заключается в широком употреблении специальной лексики, являющейся международной и по этой причине сходной во многих языках [4].

И.В. Арнольд отмечает необходимость логичности при изложении сложного материала в качестве стилеобразующего фактора научно-технического текста [2]. Г.Б. Поспелова также говорит о наличии у научно-технического текста четкой структуры, соблюдении принципа последовательного изложения аргументов, а также логической связи

между предшествующим и последующим предложениями [4]. Такую черту НТТ как абстрактность И.С. Алексеева объясняет тем, что при рассмотрении проблемы ученый сначала занимается изучением общих понятий, а затем переходит к конкретизации. Абстрактность, таким образом, служит для демонстрации высокого уровня обобщенности фактов и, следовательно, объективности исследования [1].

Бесспорно, что абстрактность и объективность – это важные характеристики английского военно-профессионального научно-технического текста, так как они ведут к обобщенному и непредвзятому познанию, а логичность позволяет последовательно выражать определенные мысли и идеи.

Использование в научно-техническом тексте военно-профессиональной направленности большого количества терминов, а также интернациональной лексики демонстрирует такую жанровую характеристику стиля научного текста как точность. Точность НТТ служит необходимым условием однозначного понимания информации, заключенной в данном тексте.

Английский военно-профессиональный научно-технический текст неоднороден по своему лексическому составу, его характерной чертой является обилие терминологической лексики, которая чаще всего однозначна, лишена коннотативной окраски, не зависима от контекста. НТТ также изобилует общенаучной лексикой, включающей в свой состав слова и словосочетания, специальные обороты, которые используются для называния общенаучных и общетехнических понятий. Задача общеупотребительной (неспециальной) лексики текстов данного жанра заключается в обеспечении связи между общелитературным и специальным языком, поскольку данные лексические единицы несут основную коммуникативную нагрузку.

Рассмотрим некоторые рекомендации по переводу терминологических лексических единиц английского научно-технического текста военно-профессиональной направленности на русский язык. Для передачи английских терминов на русский язык следует использовать эквиваленты, т.е. такие же однозначные и не зависящие от контекста соответствия, которые представлены в двуязычных специальных словарях.

Рассмотрим некоторые эквивалентные соответствия военно-специальной терминологии в английском и русском языках:

- однословные (простые, однокоренные) термины:

fighter – истребитель; *interceptor* – перехватчик, *bomber* – бомбардировщик.

- однословные (сложные) термины:

flamethrower – огнемет; *bombload* – бомбовая нагрузка; *airlifting* – перебрасывание по воздуху.

- многословные (составные) термины:

rate of climb – скороподъемность; *range off flight* – дальность полета; *pulse radar* – импульсная РЛС [3].

Одной из характерных черт английского НТТ военно-профессиональной направленности является то, что составные термины могут принимать сокращенную форму и существовать, например, в виде аббревиатур и акронимов. Данная особенность объясняется необходимостью экономии места на военных картах или при составлении документов, а также для скорости передачи команд и отчетов:

- аббревиатуры:

AAV (*Amphibious Assault Vehicle*) – десантный бронетранспортер-амфибия; *UAV* (*Unmanned Aerial Vehicle*) – беспилотный летательный аппарат.

- акронимы:

radar (*radio detection and ranging*) – радар; *radome* (*radar dome*) – обтекатель антенны РЛС.

Одна и та же аббревиатура (например, *ACU*) может иметь разные значения в разных родах войск: *Army Combat Uniform* и *Airman Combat Uniform*.

Перевод без эквивалентных лексических единиц военно-профессионального текста может представлять определенную трудность для военного специалиста. Обычно подобные лексические единицы рекомендуется передавать при помощи определенных переводческих трансформаций: транслитерации, транскрипции, калькировании и описательного перевода. Рассмотрим конкретные примеры:

- транслитерация и транскрипция:

HIMARS (*High Mobility Artillery Rocket System*) – ХАЙМАРС (Высокомобильная артиллерийская ракетная система). Стоит отметить, что данная аббревиатура транслитерируется, а расшифровка дается для пояснения. *Stryker* – Страйкер (бронированная боевая машина);

- калькирование (пословный перевод составных терминов):

Activeprotectionsystem – Активная система защиты; *Stealth technology* – Технология «Стелс» (данный пример демонстрирует сочетание транскрипции и кальки);

- описательный перевод (обычно применяется для четкого разъяснения значения термина в языке перевода):

re-entryvehicle – возвращающийся в плотные слои атмосферы летательный аппарат; *rulesofengagement* – правила ведения боя.

При переводе безэквивалентной лексики также может использоваться приближенный перевод, то есть, в языке перевода происходит подбор ближайшего по значению аналога, даже если он не в полной мере точен. *Pentagon*, например, может переводиться как «Министерство Обороны США» (происходит метонимический перенос с обозначения здания на учреждение, которое в нем располагается).

Перевод английского термина «*transductor*» при помощи приема транслитерации – «*трансдуктор*» вводит неблагозвучную лексическую единицу в язык перевода, таким образом, для нивелирования подобного эффекта можно подобрать аналог в русском языке – «магнитный усилитель». В качестве варианта, может быть также предложен и описательный перевод данного термина: «электромагнитное устройство, предназначенное для усиления или преобразования электрических сигналов».

Выбор конкретной переводческой трансформации может быть весьма мотивирован в определенных ситуациях. Задействование таких приемов как транслитерация и транскрипция достаточно актуально при переносе терминов в язык перевода, поскольку данные трансформации сохраняют максимально приближенное к оригиналу звучание или написание. Описательный перевод, хотя и вносит четкость в понимание терминологической лексики при ее передаче на язык перевода, но все же не лишен своих недостатков. Часто описательный перевод сопровождается

избыточностью и многословием при выражении мысли. Данный недочет может лишить текст перевода точности и, следовательно, сделать его приблизительным, что является недопустимым при переводе научно-технического текста военно-профессиональной направленности. Выходом из подобной ситуации представляется сведение описательных конструкции до минимума, или воссоздание их в предельно кратком виде.

Библиографический список

1. Алексеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика: учеб. пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и

преподавателей. – СПб: Союз, 2001. 288 с.

2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. – М.: Флинта, 2002. 384 с.

3. Дурмаз Н.О., Орехова Ю.М. Иностранный язык (английский). Средства воздушного нападения. Системы ПВО. – Ярославль: Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны, 2023. 120 с.

4. Поспелова Г.Б. Характеристики научного стиля в английском языке // Иностранные языки: теория и практика. 2012. № 2. С. 8–14.

УДК 378

Коммуникативный характер образовательного процесса и оценка знаний в военном вузе

*Кабанова Л.В., канд. ист. наук, доцент, магистр менеджмента
Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны
имени Маршала Советского Союза Л.А. Говорова*

Аннотация. Коммуникативный характер образовательного процесса требует особых требований в сохранении обучающей роли оценки знаний. Автор статьи анализирует особенности использования оценки знаний в учебном процессе военного вуза как инструмента обучения. Автор рассматривает современные методические подходы к оценке знаний как активной и органичной составляющей учебной деятельности.

Ключевые слова: коммуникации в образовании, компетенции, оценка знаний в вузе, образовательный процесс, методика преподавания в вузе, компетенции преподавателя

The communicative nature of the educational process and the assessment of knowledge in a military university

*Kabanova L.V., PhD (Historical Sciences), Associate Professor, Master of Management
Yaroslavl higher military school of air defense named after Marshal of the Soviet Union L.A. Govorov*

Abstract. The communicative nature of the educational process requires special requirements in maintaining the learning role of knowledge assessment.

The author of the article analyzes the features of using knowledge assessment in the educational process of a military university as a learning tool. The author considers modern methodological approaches to the assessment of knowledge as an active and organic component of educational activity.

Keywords: communication in education, competencies, assessment of knowledge in higher education institutions, educational process, teaching methods in higher education institutions, teacher competencies

Целью оценочной деятельности в вузе является системное повышение качества образования, а это в свою очередь требует постоянного изменения и развития всей образовательной системы вуза по многим направлениям. Важнейшей частью образовательного процесса является оценочная деятельность преподавателя. Принципиально важной особенностью оценочной деятельности в вузе является учет коммуникативного характера образовательного процесса. Необходимо выявление субъектно-личностных диспозиций участников образовательного процесса, а в целевом отношении - формирование у них положительной установки на повышение его качества [1].

Способность анализировать и оценивать качество формирования компетенций обучающегося в военном вузе – это одно из обязательных программных требований преподавания. Для преподавателя это необходимость, которая требует серьезных подходов. Важно достигать высокого уровня качества образования, то есть соответствия результата, процесса поставленным, заданным целям и стандартам. Качество образования показывает уровень формирования компетенций выпускников военного вуза и этим процессом необходимо управлять. К методам контроля формирования компетенций относятся методы оценки знаний.

Современные методические подходы рассматривают оценку знаний как активную и органичную составляющую учебной деятельности. Оценивание не только фиксирует уровень знаний обучающегося, но и становится стимулом повышения их качества. Оценка знаний не только итог образовательного процесса, она, безусловно, должна активно участвовать в самой учебной деятельности, формировать знания и учебные компетенции. Рассмотрим особенности оценивания знаний по гуманитарным дисциплинам на примере дисциплины «История».

Оценка ответа на занятии может быть краткой: достаточно одного или двух слов преподавателя, например: «Молодец, «отлично»». На вопросы устного опроса оценка обычно фиксируется как «Да» – «Нет»,

или «плюс»-«минус» и носит накопительный характер. На занятии так оцениваются, как правило, ответы на пять-семь вопросов. Многие преподаватели к таким вопросам, требующим короткого ответа, вносят дополнительные требования. Например, называя событие обучающиеся обязаны указать дату и историческое лицо с ней связанное. Например, ответ на вопрос о победоносном сражении на суше, в котором была разгромлена шведская армия в Северной войне, должен включать не только название события (Полтавская битва), но и дату события (1709 год), и победителя (Петра Первого). В этом случае вопросов может быть меньше – от трех до пяти для получения оценки. Такая форма кратких вопросов-ответов позволяет усилить их обучающий характер. Оценка подобных ответов усиливает временные связи в истории, материал усваивается в более широком историческом аспекте.

Расширенный комментарий к оценке дается крайне редко так как она требует больших временных затрат что непозволительно в рамках одного занятия. Чаще всего комментарий к ответу дается выборочно по одному или двум наиболее важным параметрам (предполагается, что все остальные требования по ответу соблюдены). Это могут быть комментарии, например о том, как прозвучала документальность ответа или как выделено главное и так далее. Понятно, что здесь оценка прямо связывается с обучением. Методика преподавания рекомендует ряд параметров оценки выносить на индивидуальную беседу, за пределами группового обсуждения. Например, такие параметры ответа как речь, эмоциональность, личностные оценки события нуждаются в деликатном формате обсуждения и не выносятся на всю группу. Оценка может осуществляться в устной и/или письменной форме, но ее обучающая функция работает лишь при ряде условий, далее мы рассмотрим основные из них.

Первое условие: всегда отвечающий должен знать заранее, что именно оценивает преподаватель. Так в содержание оценки входят верность ответа; точность (ответ точно на вопрос); полнота ответа; доказательность; умение выделить главное; наличие элементов анализа (сравнение событий, выявление в ответе причинно-следственных связей); использование наглядности (карты, схемы, иллюстрации, презентации); четкая собственная позиция по существу ответа; грамотность и эмоциональность речи.

Требования к устной и письменной оценкам во многом совпадают. Они доводятся до обучающихся на первых занятиях по дисциплине, а затем обращение к требованиям оценивания идет на протяжении всего

периода обучения в методических указаниях по самостоятельной работе. Это позволяет глубже осваивать учебную программу и формировать важнейшие учебные компетенции – способность к анализу, выделение главного, установление необходимых связей изученного и т.д. В итоге это помогает развивать исторический характер мышления.

Второе условие - индивидуальный подход к оценке каждого ответа. Понятно, что преподаватель учитывает особенности самого отвечающего по здоровью или психологической ситуации (затрудненная речь, психологическое состояние или конфликтная ситуация). Очень важно внимательно подойти к содержанию и форме ответа. Необходимо отразить в оценке наиболее важные улучшения по качеству содержания и формы ответа: такие как демонстрация ответа в широкой исторической перспективе, приведение яркого иллюстративного материала включение важного документального исследования, использование глубокого знания карты-схемы, отражение личного интереса отвечающего к освещаемой теме и так далее. Заметные успехи по важнейшим вопросам содержания в оценке должны быть замечены и поощрены. Следует иметь в виду, что оценка должна фиксировать серьезные недостатки в ответе, такие как поверхностное и неполное изложение фактов, расплывчатость стратегической и исторической оценок, отсутствие логики в изложении (неумение показать в ответе предпосылки, характер и значение события и процесса), искажение или отсутствие основных фактов и так далее. Такие недостатки должны быть зафиксированы снижением оценки. Такой индивидуальный подход к оценке каждого ответа действительно стимулирует повышение результативности процесса обучения.

Безусловно, недопустима формальность оценивания, оценка обязательно должна отражать улучшение качества, содержания и оформления каждого ответа и в этом случае становится стимулом к повышению результативности обучения.

Третье условие – это особое внимание к эмоционально-психологическому содержанию оценки. Оценка инструмент сложный и тонкий и пользоваться им можно только грамотно и ответственно. Главное здесь помнить, что всегда оценивается только ответ, а не обучающийся. Даже в самой экстремальной ситуации обнаружения списывания (шпаргалки, и т.д.) комментарии преподаватель должен давать в деликатной форме, например, что обучающийся не смог дать самостоятельного верного ответа и оценка «неудовлетворительно».

Оценка знаний играет важную роль не только в учебном процессе, но и в воспитании ответственности, настойчивости, самостоятельности,

стремления к успеху. Она развивает навыки коллективной работы (при групповых заданиях), умения оказать помощь товарищу, оценить достойный ответ другого, воспитывает отказ от списывания или подсказок при контроле. Методика использования всех критериев оценки знаний позволяет влиять на качество учебно-воспитательного процесса в целом. Влияние этого условия чрезвычайно велико. Соблюдение его требует определенной психологической грамотности преподавателя. Творческое соблюдение всех методических указаний позволяет оценке знаний активно участвовать в учебном процессе и быть важнейшей частью коммуникаций в образовательном процессе вуза.

Библиографический список

1. Жигалев Б.А. Технологические основания оценки качества образования в вузе // Научно-практический журнал «Гуманизация образования». № 6. 2009. С. 22–26.

УДК 37.02

Лингвокультурный аспект пассивных структур русского языка в обучении русскому языку как иностранному

Родонова С.Ю., канд. пед. наук, доцент

Лесных В.Э., магистрант

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. Статья рассматривает пассивные конструкции русского языка в методике преподавания РКИ в двух планах: формально-структурном и функционально-прагматическом. Показано, как акциональный и статальный пассив, безличные и пассивно-модальные формулы перераспределяют тему/рему, кодируют агентность и формируют «институциональный голос» в официальном, научном и медийном дискурсах. Обосновывается дидактика управляемого переключения между активом и пассивом в зависимости от жанра и цели, что развивает у обучающихся социокультурную и дискурсивную компетенции и обеспечивает лингвокультурную уместность высказывания.

Ключевые слова: пассивные конструкции; РКИ; лингвокультурный аспект; агентность; статальный пассив

Linguocultural aspect of the passive structures of the Russian language in teaching Russian as a foreign language

Rodonova S.Yu., PhD (Pedagogics)

Lesnykh V.E., master's

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. The article explores Russian passive constructions in teaching Russian as a Foreign Language (RFL) through a dual lens: formal-structural and functional-pragmatic. It shows how actional and stative passives, impersonal and passive-modal patterns reshape theme–rheme organization, encode agency, and instantiate an “institutional voice” across official, academic, and media discourse. A pedagogy of controlled switching between active and passive according to genre and communicative goals is proposed, fostering learners’ sociocultural and discourse competencies and ensuring linguocultural appropriateness of production.

Keywords: passive constructions; RFL pedagogy; linguocultural aspect; agency; stative passive

В современной методике преподавания РКИ пассивные конструкции следует рассматривать не только на уровне формально-структурного описания (типология, морфосинтаксические модели, активные и пассивные залоги), но и на уровне их функционально-прагматической нагрузки: как они перераспределяют тематико-рематическую структуру высказывания, кодируют агентность и реализуют жанровые и институциональные конвенции русской речи [1]. Такой двуплановый подход позволяет связывать грамматическую точность с лингвокультурной уместностью и целенаправленно формировать у обучающихся коммуникативную и социокультурную компетенции.

Лингвокультурный аспект проявляется прежде всего в нормах деперсонализации и вежливости. Русская официально-деловая традиция предпочитает обезличенные и пассивные формулы, поскольку они распределяют ответственность между институтами и смягчают прямое указание на агента. В академическом письме устойчивы рефлексивные и пассивные обороты, которые фокусируют внимание на предмете и результате, а не на авторе. Освоение этих моделей иностранцами — ключ к естественности русской речи в значимых социальных сферах.

Пассивные конструкции более диагностичны для выявления лингвокультурных норм русской коммуникации, чем активные,

поскольку именно они системно кодируют деперсонализацию, институциональный голос и результироцентричную перспективу события [1]. Активные конструкции важны для описания авторской ответственности и агентности, однако они являются типологически ожидаемыми явлениями многих языков и потому слабее маркируют специфику.

Пассивные структуры в методике РКИ выступают мостом между грамматикой и культурой: они учат видеть социальные роли за грамматическими формами, считывать жанровые ожидания и точно настраивать голос говорящего — от персонального и ответственного до институционально нейтрального.

В русской письменной норме (официально-деловая, научная, медийная сферы) широко используются формы, которые снижают видимость агента и выносят в тему объект и/или результат: акциональный пассив, статальный пассив, безличные формулы [2]. Эти модели воспроизводят институциональные сценарии распределения ответственности (агент коллективен, имплицитен или неважен), а также жанровую установку на объект/результат, что и составляет культурно значимую особенность русского официального и академического дискурса.

Пассивные конструкции последовательно реализуют объектно-тематическую ориентацию: подлежащее — объект, агент — факультативен (или кодируется обстоятельственно), что согласуется с русской тенденцией строить высказывание от темы к реме и освещать не деятеля, а состояние/результат предметного мира.

Тема удерживается на объекте, агент дан периферийно: *Проект кампуса утверждён академическим советом. Рабочий график согласован с подрядчиком.*

Фокус на состоянии или результате, деятель имплицитирован: *Архив раскредечен распоряжением министерства. Доступ открыт для зарегистрированных исследователей.*

Статив особенно показателен, поскольку он описывает конфигурации и состояния, легко перефразируемые локативами [2]:

Площадь занята палатками ярмарки. — На площади палатки.

Крыша покрыта снегом. — На крыше снег.

Также страдательные и безличные конструкции служат ритуалам вежливости и формальной нейтрализации. Пассив снимает персональную атрибуцию и тем самым соблюдает иерархическую и дистанционную

норму взаимодействия. Для иностранца именно такие формулы наглядно раскрывают культурные ожидания к «правильному» официальному тону.

Пассив для снятия персональной атрибуции.

Персонально (актив): *Мы отклоняем вашу заявку как несоответствующую требованиям.*

Институционально нейтрально (страд.): *Заявка отклонена как не соответствующая установленным требованиям.*

Безлично-модальная норма вместо прямой директивы.

Персонально (актив): *Предоставьте паспорт на регистрацию.*

Институционально нейтрально (безлично/модально-пассивно): *Паспорт должен быть предъявлен при регистрации.*

Пассивные конструкции в русском выступают «культурными маркерами» институциональной коммуникации: они систематически смещают фокус с деятеля на объект и результат, нейтрализуют персональную атрибуцию и поддерживают процедурность, статусную дистанцию и осторожное управление агентностью. В официально-деловой, правовой, научной и медийной сферах именно пассив обеспечивает объектно-тематическую перспективу и «голос нормы», тогда как актив служит контрапунктом и выявляет специфику выбора точки отсчёта.

Пассивные структуры являются продуктивным инструментом раскрытия лингвокультурной специфики русского коммуникативного поведения и должны занимать отдельный модуль в курсах РКИ.

Страдательные, безличные и пассивно-модальные формулы системно деперсонализуют действие. Присутствует приоритет процедуры над лицом, институциональный голос и распределённая ответственность, статусно-дистанционная вежливость.

Договор аннулирован по итогам проверки, дополнительное соглашение будет подготовлено позднее.

Пропуск выдан на месяц, доступ в лабораторный блок разрешается с 9 до 18 часов.

В академическом стиле речи русского языка наблюдается объектно-тематическая перспектива и результатцентричность. Идеал «объективности» текста: внимание к предмету и результату, а не к автору; социальная скромность авторской позиции.

Параметры модели скорректированы по данным валидации, значимость эффекта подтверждена повторной выборкой.

Методика апробирована на магистрантах, ограничения экспериментального дизайна отмечены в заключении.

В русском языке пассивные конструкции и безличные формулы управляют видимостью агентности. Примечательно, что в медиатекстах и публично-институциональном дискурсе чаще всего наблюдаются осторожность в атрибуции и юридическая аккуратность, стратегическое «размывание» агента до выяснения фактов.

Выплаты будут начислены по завершении сверки, электронные уведомления направлены автоматически.

В сообщении уточняется, что переговоры перенесены, дополнительные детали не раскрываются.

В правовой и нормативной речи пассивно-модальные клише являются неким кодом предписания. Картина мира текстов официально-делового стиля определяется как набор правил и обязанностей. Текст говорит от имени нормы, а не лица.

Заявка должна быть подана в электронном виде не позднее 23:59 по московскому времени.

Товар может быть возвращён при сохранении потребительских свойств, стоимость доставки не возмещается.

В описательных жанрах (учебные, краеведческие, научно-популярные) стив фиксирует конфигурации, уделяется внимание состояниям и пространству, происходит трансформация в локатив.

Набережная украшена световыми инсталляциями, к полуночи вся линия фасадов уже подсвечена.

Главный зал заполнен временной экспозицией, маршрут осмотра отмечен на полу стрелками.

Наконец в разговорной норме наблюдается посессивный результатив [2], в речи фиксация готовности без самоакцентирования звучит нейтрально и естественно.

У меня документы подписаны, копии отправлены в приёмную комиссию.

У нас чемоданы собраны, трансфер заказан на шесть утра.

Проведённый нами анализ показал, что пассивные структуры русского языка — в широком диапазоне от акционального пассива и стива до безличных и пассивно-модальных форм — выступают не только средствами морфосинтаксического варьирования, но и устойчивыми лингвокультурными маркерами институциональной коммуникации. Их регулярная объектно-тематическая перспектива, деперсонализация и результатцентричность отражают культурные особенности в официально-деловом, правовом, научном и медийном дискурсах. Активные конструкции при этом функционируют как

контрапункт, позволяющий выявлять распределение агентности и авторской ответственности. На наш взгляд, главная дидактическая задача — не противопоставление залогов, а управляемое переключение между ними в зависимости от жанра и коммуникативной цели.

Методически значимым следствием является необходимость двухпланового обучения пассивным конструкциям: наряду с формально-структурной грамотностью (типология, вид, валентность) целенаправленно формировать прагматическую и жанровую уместность. Освоение пассивных структур становится инструментом формирования у обучающихся социокультурной и дискурсивной компетенций: они учатся видеть социальные роли за грамматическими решениями, считывать жанровые ожидания и настраивать «институциональный» или «персональный» тон [1]. Тем самым пассивные конструкции выступают мостом между грамматикой и культурой и должны составлять самостоятельный модуль в курсах РКИ, интегрированный с задачами на управление агентностью и жанровое стилевое переключение.

Библиографический список

1. Карасик В.И. Язык социального статуса. Рос. АН, Ин-т языкознания, Волгогр. гос. пед. ин-т им. А.С. Серафимовича. М.: ИЯЗ: Перемена, 1992. 329 с.
2. Недялков В.П., Яхонтов С.Е. Типология результативных конструкций (результатив, статив, пассив, перфект) // Типология результативных конструкций. Л.: Наука, 1983.

УДК 81'1

Учебная литература по русскому языку как иностранному (I сертификационный уровень): критерии выбора в помощь преподавателю

Родонова С.Ю., канд. пед. наук, доцент

Никонорова А.С., студент

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. В предлагаемой статье представлены анализ и оценка четырёх ведущих учебников (учебных пособий) по русскому языку как иностранному для первого сертификационного уровня. В центре исследования раздел «Еда, напитки» как ключевой элемент культурного

контекста, отражающий национальные традиции и способствующий формированию языковой компетенции. Рассмотрены методологические подходы к интеграции описаний кулинарных традиций в учебный процесс. На основе анализа выделены два наиболее эффективных пособия. В работе подчёркивается значимость учёта культурного содержания при выборе учебной литературы по РКИ.

Ключевые слова: русский язык как иностранный; учебник; традиции; языковая компетентность

Educational literature on Russian as a foreign language (I certification level): selection criteria to help the teacher

Rodonova S.Yu., PhD (Pedagogics), Associate Professor

Nikonorova A.S., student

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. The proposed article presents an analysis and evaluation of four leading textbooks (teaching aids) on Russian as a foreign language for the first certification level. The research focuses on the section "Food, drinks" as a key element of the cultural context, reflecting national traditions and contributing to the formation of linguistic competence. Methodological approaches to the integration of descriptions of culinary traditions into the educational process are considered. Based on the analysis, two most effective manuals are identified. The paper emphasizes the importance of taking cultural content into account when choosing educational literature on Russian as a foreign language.

Keywords: Russian as a foreign language; textbook; traditions; language competence

Сегодня, в век глобализации и активной международной коммуникации, русский язык, как один из древнейших и крупнейших языков мира, занимает важное место в системе межкультурного обмена и становится всё более востребованным среди иностранных учащихся. В связи с этим всё острее встаёт вопрос выбора эффективной учебной литературы по русскому языку как иностранному (далее РКИ), способной не только сформировать необходимые языковые компетенции, но и погрузить обучающихся в особенности русской национальной культуры и менталитета. Именно поэтому представляется важным в данной научной статье проанализировать ряд ведущих учебников (учебных пособий) по РКИ с целью установления степени их эффективности. А так как одним

из ключевых аспектов понимания любой культуры является еда, кулинарные традиции народа, для анализа был выбран раздел, посвященный теме «Еда, напитки», так как именно он позволяет глубже понять, как кулинарные элементы интегрированы в процесс обучения и как они способствуют формированию языковой компетенции у обучающихся.

«Поехали! Русский язык для взрослых. Начальный курс» С.И. Чернышова. В данном учебнике 2 урока посвящены изучению темы «Еда, напитки» – урок № 13 «Магазин «Продукты»» [3, с. 116–123] и урок № 23 «Кухня, ресторан» [3, с. 181–192].

Упражнения, представленные в 13 уроке, подойдут для изучения любого языка (не только русского), так как в нём нет культурной индивидуальности и связи с тем, что это именно русская еда (дан базовый набор продуктов, нет чисто русских). Кроме того, на изучение темы отводится 7 страниц, 3 из которых занимают упражнения, не относящиеся к теме, и всего 5 упражнений (из 8 представленных) на оставшихся страницах построены для отработки заявленной темы.

В уроке № 23 появляется сравнительно больше информации именно о русской кухне. Однако первые 10 упражнений не относятся к изучаемой теме, а остальные идут вперемешку с упражнениями по другим темам. В данном разделе было больше информации о русских блюдах (например, текст об истории русской кухни) в сравнении с уроком № 13 этого же учебника, однако по-прежнему дано слишком мало заданий, связанных с заявленной темой. Так на изучение темы «Еда, напитки» отводится 11 страниц, из них только на 4 страницах размещены упражнения по теме, при этом 2 из 3 упражнений однотипные.

Таким образом, учебник «Поехали! Русский язык для взрослых. Начальный курс» С.И. Чернышова из-за недостатка культурной специфики, ограниченного количества упражнений и однообразия заданий можно отнести к менее подходящим для эффективного изучения темы «Еда и напитки» в контексте обучения русскому языку как иностранному.

«Русский язык как иностранный. Разговорные темы» Н.В. Кондрашовой, Н.А. Кокошниковой. В этом учебном пособии один урок посвящен изучению темы «Еда, напитки» – урок № 3 «Национальная кухня» [1, с. 26–31].

Задание № 1 в данном пособии – повторение грамматического материала. Все остальные задания (со 2 по 10) соответствуют заявленной теме (даже 5 задание на повторение грамматического материала

считается удачным в рамках темы, так как часть примеров приведены в контексте «Еда, напитки»). В данном учебном пособии тема «Еда, напитки» раскрыта более полно; задания дают иностранцам понимание особенностей русской кухни, они достаточно разнообразны, их много, однако формулировка к ним зачастую требует пояснений преподавателя.

Таким образом, учебное пособие «Русский язык как иностранный. Разговорные темы» Н.В. Кондрашовой, Н.А. Кокошниковой является эффективным ресурсом для изучения темы «Еда и напитки» в контексте изучения русского языка как иностранного.

«Привет, Россия! Русский язык как иностранный. Элементарный уровень» В.А. Степаненко и др. Данный учебник отличается от других, выбранных для анализа, тем, что он отвечает требованиям к элементарному уровню (A1), а не к первому сертификационному (B1). Включение этого учебника в анализ было сделано осознанно и обусловлено желанием показать, как одна и та же тема может быть представлена на разных уровнях сложности, а также проанализировать, как содержание и методические подходы варьируются в зависимости от уровня владения языком учащимися.

В данном учебнике не выделяется отдельной темы для изучения «Еды, напитков». Эта тема скорее является сопутствующей почти в каждом разделе и упоминается в контексте изучения таких уроков, как:

1. «Здравствуй!» (есть названия напитков для отработки произношения различных звуков и написания букв, например, в слове «ром» одновременная отработка произношения звука [р] и написания прописной буквы «р»; в слове «молоко» отработка ударения и произношения безударного [о] как [а] – [малако]; иностранцы знакомятся с новыми напитками – в упражнении 23 необходимо решить кроссворд и узнать название такого русского напитка, как «йогурт», путём вписывания в кроссворд уже известных им напитков таких, как «чай», «молоко», «ром», «вода»);

2. «Все профессии нужны, все профессии важны» (в этом уроке есть задания на повторение слов из предыдущего урока, учащиеся вспоминают слова «торт», «сироп», «вода», «йогурт», «банан», «суп», «чай» и некоторые другие, в этом же уроке иностранцы знакомятся с названием некоторых фруктов и овощей на русском языке и отрабатывают их употребление в речи);

3. «Мой день» (в этом уроке учащиеся читают диалоги, которые состоялись между людьми на рынке, в ресторане и в кафе. Данное

задание помогает им лучше усваивать ролевые модели и помогает лучше адаптироваться в русскоговорящем обществе);

4. «Семья – это семь “Я”» (в этом уроке есть задание, в котором иностранцам предлагается посмотреть на картинки и подумать, что с чем едят, например, «плов с мясом и изюмом», т. е. здесь одновременно идёт отработка употребления существительных в творительном падеже и изучение сочетаемости русских продуктов друг с другом) [2].

Таким образом, данный учебник является важным ресурсом и должен быть рассмотрен вместе с учебниками первого сертификационного уровня, так как он включает слова и фразы, связанные с темой «Еда, напитки», которые сопровождают другие разделы, а язык в нём изучается не только через специализированные темы, но и в контексте различных жизненных ситуаций.

Следовательно, даже если учебник элементарного уровня не включает отдельный урок по теме «Еда, напитки», его роль в формировании языковой базы и контекстуального понимания остается значимой. Он подчёркивает важность интеграции различных аспектов языка и культуры на всех этапах обучения.

«Этажи» Evgeny Dengub, Susanna Nazarova. В данном учебнике изучению темы «Еда, напитки» посвящена одна глава, разделенная на 3 урока – 1 урок «Продукты и блюда» [4, с.102-118], 2 – «Готовим дома» [4, с.118-132], 3 – «В ресторане» [4, с.132-152].

В данном учебнике представлена очень большая глава, посвящённая теме «Еда, напитки» (50 страниц), в которой все упражнения соответствуют заявленной теме (55 упражнений). Каждый урок в нём охватывает конкретные подтемы – от продуктов и блюд до приготовления пищи и ресторанной культуры, что создает полное представление о русской кулинарной традиции.

Единственным недостатком этого учебника является, на наш взгляд, использование языка-посредника (английского языка) в формулировках заданий. Дублирование заданий на английском языке и предоставление переводов русских слов затрудняет процесс обучения, так как при чтении не на русском языке сознание учеников расслабляется, что приводит к меньшим усилиям в развитии языковых способностей; кроме того, не все ученики способны сами выявить грамматические закономерности в русском языке, просто наблюдая речевые модели, а использование языка-посредника усугубляет эту неспособность.

Таким образом, несмотря на недостаток в виде использования языка-посредника, учебник «Этажи» предлагает комплексный и культурно

обогащенный подход к изучению темы «Еда, напитки», что делает его одним из самых эффективных ресурсов для изучения русского языка как иностранного этой области.

Подводя итог, можно сказать, что наиболее эффективным для изучения темы «Еда, напитки» является учебник по РКИ – «Этажи» Evgeny Dengub, Susanna Nazarova, который предоставляет большой и разнообразный список упражнений, направленных на изучение и отработку данной темы с учётом всех нюансов и гастрономических предпочтений русского народа.

Библиографический список

1. Кондрашова Н.В., Кокошникова Н.А. Русский язык как иностранный. Разговорные темы: учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. 61с.

2. Степаненко В.А., Нахабина М.М., Кольовска Е.Г., Плотникова О.В. Привет, Россия! Русский язык как иностранный. Элементарный уровень: учебник. – М.: Кучково поле, 2020. 272 с.

3. Чернышов С.И. Поехали! Русский язык для взрослых. Начальный курс: учебник. – СПб: Златоуст, 2009. 280 с.

4. Evgeny Dengub, Susanna Nazarova. Этажи: учебник. – Washington, DC: Georgetown University Press, 2021. 496 с.

УДК 81'1

Особенности восприятия категории вида в русском языке херитажными обучающимися

Родонова С.Ю., канд. пед. наук, доцент

Кузьмина Е.В., студент

Ярославский государственный педагогический университет

им. К.Д. Ушинского

Аннотация. В статье рассмотрены особенности восприятия категории вида херитажными обучающимися. Рассматриваются различия между билингвами и херитажными говорящими, их языковые стратегии и трудности, возникающие в процессе изучения грамматики, особенно при употреблении совершенного и несовершенного вида глагола. В статье анализируются типичные ошибки, свойственные этой категории учащихся, и предлагается система упражнений для более глубокого понимания категории вида.

Ключевые слова: херитажные обучающиеся, билингвизм, глагольный вид, русский язык как иностранный, методика преподавания, языковая идентичность

Peculiarities of perceiving the category of aspect in russian by heritage learners

Rodonova S.Yu., PhD (Pedagogics), Associate Professor

Kuzmina E.V., student

Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky

Abstract. In the article the authors consider the peculiarities of how heritage learners perceive the grammatical category of aspect. It discusses the differences between bilinguals and heritage speakers, their language strategies, and the difficulties they encounter in studying grammar, particularly in the use of the perfective and imperfective verb aspects. The article analyzes common errors typical of this group of learners and proposes a system of exercises aimed at fostering a deeper understanding of the category of aspect.

Keywords: heritage learners, bilingualism, verb aspect, Russian as a foreign language, teaching methodology, linguistic identity

В условиях глобализации и миграционных процессов вопрос многоязычия и культурной идентичности становится особенно актуальным. Русскоговорящие обучающиеся, относящиеся к категориям херитажников и билингвов, представляют собой уникальную группу, обладающую специфическими языковыми и культурными характеристиками. Одной из самых сложных грамматических тем, по мнению исследователей, в преподавании русского как иностранного – глаголы совершенного и несовершенного вида (далее СВ и НСВ).

Рассмотрим терминологические определения херитажников и билингвов.

В настоящее время в научной литературе нет единого определения терминам двуязычие и билингвизм, исследователи, исходя из разных аспектов, могут давать определения, которые учитывают разнообразные стороны билингвизма.

Но есть определение, которое принимает большинство исследователей, оно было предложено У. Вайнерайхом. Он рассматривает билингвизм как «практику попеременного использования двух языков, а людей, пользующихся этими языками – билингвами» [2, с.

266]. Таким образом, главной чертой билингвальных говорящих является их способность использовать языки в равной степени в различных ситуациях общения.

Обратимся к исследованиям, которые посвящены изучению херитажных говорящих. В широком понимании термина херитажники – это «потомки эмигрантов, которые пытаются сохранить какую-либо культурную связь с Родиной и поэтому уже достаточно взрослыми приходят изучать язык страны, из которой приехали их предки» [3]. Чаще всего такие люди говорят с детства на языке эмиграции.

Такие исследователи, как И.Е. Дубинина, О.В. Киселева и Дж. Мерилл, в статье «Наследственные носители русского языка: кто они и как их учить?» относят херитажных говорящих к естественным билингвам и называют их «наследственными носителями русского языка», т.е. людьми, «языковое развитие которых началось на одном языке, но еще в раннем детском возрасте перешло на другой язык» [1, с. 286]. Чаще всего один из языков является доминантным (тот язык, который используется во всех сферах общения за пределами дома, например язык, на котором дети получают образование), а на второй язык используется для домашнего общения.

Как было отмечено ранее, главная черта билингвальных говорящих заключается в их способности свободно пользоваться двумя языками в зависимости от контекста общения. Это позволяет им легко переключаться между языками, адаптируя свою речь к различным ситуациям и собеседникам.

Многие исследователи относят херитажников к ранним естественным билингвам. Поэтому будет целесообразнее рассматривать особенности херитажников, сопоставляя их с особенностями билингвов. Херитажные говорящие начинают осваивать первый язык ещё в детстве, неслучайно его называют «домашним/семейным языком», но потом они теряют возможность быть погруженными в языковую среду и им приходится восстанавливать знания языка в классе, наряду со студентами, изучающими РКИ. Таким образом, они «сочетают в себе черты билингвов, студентов-иностранцев, а также имеют черты, отличающие их от этих двух групп» [1, с. 630].

В отличие от билингвов херитажники проявляют склонность к словотворчеству. Сталкиваясь с незнакомым явлением в иностранном языке, билингвы часто прибегают к использованию своего опыта в родном языке, делая ошибки, создавая кальки, херитажники выбирают другую стратегию. Для того, чтобы заполнить пробелы в знании языка,

очень часто херитажные говорящие на основе своих языковых знаний самостоятельно создают логичную систему, используя уже известные им конструкции согласования и употребления слов в новых контекстах.

Херитажные носители и билингвы представляют собой уникальную категорию обучающихся, требующих специализированных подходов в обучении. Но, прежде чем разрабатывать упражнения, следует разобраться, какие методы и приёмы войдут в основу создания методического материала, для этого следует обращать пристальное внимание на те ошибки, которые допускают иностранцы в своей речи. Так, работая с херитажным говорящим, мы выявили ошибки, которые часто возникали в его речи. Самыми частотными оказались грамматические ошибки. Это возникает из-за того, что овладение языком начинается с младенческого возраста, а языковая система, которую использует ребенок, формируется на основе устной речи взрослых. Процесс самостоятельного построения грамматической системы в голове ребенка приводит к трудностям при образовании правильных грамматических форм. Мы очень часто замечали, что иностранцы путают использование совершенного и несовершенного вида: *я не написал* (вместо писал) *тест, потому что болел*. Кроме того, уже во взрослом возрасте херитажники используют абсолютно те же принципы заполнения пустот, что и в детском возрасте. На основе уже имеющихся знаний они стараются образовать те грамматические формы слов, которые, на самом деле нельзя образовать. Например, мы отметили в речи херитажного говорящего попытку образовать краткую форму прилагательного *синий*: *я видел Атлантический океан. Он был синен, как небо*.

Менее частотными оказались фонетические ошибки, которые, скорее всего, вызваны либо фонетической интерференцией, либо индивидуальными особенностями говорящего (из-за быстрого темпа часто редуцируются окончания).

В основном данная категория говорящих усваивает именно устную форму языка в раннем детстве, что впоследствии ведет к появлению проблем в освоение грамматики русского языка, в построении письменной речи, так как устная речь не идентична письменной речи.

Исходя из частотности совершаемых херитажниками ошибок в области грамматики, а именно в использовании глаголов совершенного и несовершенного вида для обозначения аннулированности результата действия к моменту речи, мы разработали систему упражнений, которая

поможет разобраться учащимся в данной теме. Для начала мы предлагаем учащимся два предложения для сопоставления:

Упражнение 1. Сравните следующие предложения. Чем они отличаются?

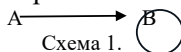
1) *Я приехал в родной город. Я буду в городе неделю.*

2) *Я приезжал в родной город. Я пробыл в городе неделю и уехал домой.*

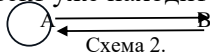
Учащиеся понимают, что используются глаголы разного вида, но причина выбора глаголов им непонятна.

Цель: объяснить и заинтересовать учащихся проблемной ситуацией, почему в одном случае используется СВ, а в другом – НСВ.

Далее преподаватель в диалоге с обучающимися объясняет выбор глаголов: для этого можно предложить студентам игру – «Где находится субъект?». Где находится субъект в первом предложении? (Студенты отвечают, что субъект в городе). Для более глубокого понимания на доске преподаватель может нарисовать в виде схемы, где А – дом, а В – город, важно, что стрелка показывает направление в одну сторону:



Во втором же случае субъект уже находится дома, схема выглядит так:



Таким образом, студенты вместе с преподавателем приходят к выводу о том, что глаголы НСВ вбирают в себя сразу два глагола (СВ+НСВ, действие было совершено, а потом возвращено обратно), то есть для обозначения аннулированности результата действия нужно использовать глаголы НСВ. А глаголы СВ используются для обозначения результата действия.

Теперь обратимся к объяснению темы: «Употребление глаголов СВ и НСВ в прошедшем времени с отрицанием».

Упражнение 1. Сравните следующие предложения. Чем они отличаются?

1) *Я не сдавал экзамен, потому что болел.*

2) *Я не сдал экзамен, так как плохо подготовился к нему.*

Учащиеся понимают, что используются глаголы разного вида, но причина выбора глаголов им непонятна.

Цель: объяснить и заинтересовать учащихся проблемной ситуацией, почему в одном случае используется СВ, а в другом – НСВ. Далее преподаватель объясняет новую тему в ходе её обсуждения со студентами. Для этого можно предложить игру – «Было/не было?»:

студентам нужно понять, в каком из двух предложений действие было совершено. Студенты понимают, что в предложении 2 действие было совершено, но результат отрицательный, а в предложении 1 действия не было, т.е. человек не сдавал экзамен, так как не пошёл на него из-за болезни.

Подводя итог, можно отметить, что для эффективного обучения русскому языку необходимо использовать разнообразные методы и приемы, адаптированные к потребностям херитажных обучающихся. Учет их предыдущего языкового опыта, применение визуальных материалов, а также сопоставительный метод позволяют успешно изучать язык. Предложенные нами упражнения направлены на преодоление трудностей при выборе вида глагола и понимание аннулированности результата действия к моменту речи.

Библиографический список

1. Дубинина И.Е., Киселева О.В., Мерилл Дж. Наследственные носители русского языка: кто они и как их учить? // Человек в информационном пространстве: сборник научных статей. Ярославль, 14–16 ноября 2019 г. – РИО ЯГПУ, 2019. 369 с.

2. Коновалова Е.А. Проблема определения билингвизма // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2011. № 1–1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-opredeleniya-bilingvizma>.

3. Марушкина А.С., Рахилина Е.В. Корпусные исследования особенностей речи нестандартных говорящих ("херитажный" русский) // ActaLinguisticaPetropolitana. Труды института лингвистических исследований. – 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korpusnye-issledovaniya-osobennostey-rechi-nestandardnyh-govoryaschih-heritazhnyy-russkiy>.

Секция 7. Коммуникация в методике преподавания и воспитания в школьном и вузовском образовании

УДК 37.062

Эффективность вербальных и невербальных средств коммуникации в преподавательской деятельности

*Сергеева О.А., д-р пед. наук, профессор
Родин А.Б., доцент*

Козлов Г.А., студент

Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Аннотация. В статье рассматривается значимость вербальных и невербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности преподавателя высшего учебного заведения. Анализируется роль каждого из данных коммуникационных типов в процессе установления эффективного взаимодействия со студентами с целью создания благоприятной психологической атмосферы, необходимой для достижения образовательных целей. Предлагаются практические рекомендации по оптимизации использования преподавателем вербальных и невербальных коммуникативных инструментов, направленных на повышение у обучающихся мотивации к учебной и научно-исследовательской деятельности, а также формированию у них познавательной активности.

Ключевые слова: вербальные и невербальные средства коммуникации, высшее образование

The Effectiveness of Verbal and Nonverbal Communication Tools in Teaching Activities

Sergeeva O.A., Professor, DSc (Pedagogy)

Rodin A.B., Associate Professor

Kozlov G.A., Student

National Research University "MPEI"

Abstract. The article examines the significance of verbal and nonverbal communication tools in the professional activities of a university lecturer. It analyzes the role of each of these communication types in the process of establishing effective interaction with students in order to create a favorable psychological atmosphere necessary for achieving educational goals. Practical recommendations are offered for optimizing the lecturer's use of verbal and nonverbal communicative instruments, aimed at increasing students' motivation for academic and research activities, as well as fostering their cognitive activity.

Keywords: verbal and non-verbal means of communication, higher education

В эпоху стремительных изменений в системе образовании и динамичного развития информационных технологий, роль преподавателя вуза претерпевает существенные изменения. Он перестает быть просто источником знаний, а становится наставником, фасилитатором, модератором, активно вовлекающим студентов в процесс обучения. При этом эффективность преподавательской деятельности во многом обусловлена сформированными у педагога коммуникативными умениями, включающими вербальные и невербальные навыки.

Цель данной статьи – проанализировать роль вербальных и невербальных средств коммуникации в профессиональной деятельности преподавателя вуза и предложить практические рекомендации по их использованию для повышения эффективности взаимодействия со студентами.

Коммуникация, в широком смысле – это процесс обмена информацией между двумя или более субъектами. Она включает в себя передачу мыслей, идей, чувств, эмоций и намерений. В контексте образовательного процесса коммуникация между преподавателем и студентами является взаимодействием, предполагающим не только передачу информации, но и её целенаправленное восприятие и применение. Это реализуется посредством вербальных и невербальных средств коммуникации.

Вербальная коммуникация основана на использовании речевых средств передачи информации. Она включает в себя как устную речь (лекции, семинары, дискуссии), так и письменную (учебные материалы, конспекты, задания). Способность эффективно использовать язык для выражения мыслей, анализа информации и общения с окружающими предполагает не только наличие широкого словарного запаса, но и умения адаптировать речь в зависимости от ситуации.

Пример 1: вместо использования термина «дивергенция», преподаватель может объяснить это понятие как "расхождение мнений" или «наличие разных точек зрения».

Невербальная коммуникация – это передача информации с помощью «языка тела», а не слов.

Существуют различные классификации невербальных средств коммуникации. Наиболее распространенная включает в себя:

Мимику: выражение лица, отражающее эмоции и отношение к происходящему.

Жесты: движения рук, головы и тела, используемые для усиления или дополнения речи.

Позу: положение тела, отражающее уверенность, заинтересованность или отстраненность.

Визуальный контакт: взгляд, устанавливающий связь с аудиторией и демонстрирующий внимание.

Проксемику: использование пространства, определяющее степень близости и комфорта в общении.

Паралингвистику: характеристики речи, такие как тембр голоса, скорость речи, паузы и интонации.

Пример 2: Преподаватель, говорящий о важности активного участия студентов в дискуссии, но при этом избегающий визуального контакта и демонстрирующий закрытую позу (скрещенные руки, опущенные плечи), посылает противоречивое сообщение, которое может быть интерпретировано студентами как незаинтересованность.

Пример 3: Преподаватель, использующий юмор и доброжелательный тон голоса, создаст более расслабленную и комфортную атмосферу для обучения, что способствует лучшему усвоению материала.

Эффективное взаимодействие между преподавателем и студентами является ключевым фактором успешного образовательного процесса. Вербальные и невербальные средства коммуникации играют важную роль в достижении этой цели. При этом вербальное общение фокусируется на произнесённых словах, а невербальные сигналы обеспечивают контекст, усиливают сообщение и устанавливают взаимопонимание.

Вербальные средства включают четкость и ясность изложения, активное слушание, обратную связь, использование юмора.

Невербальные средства включают установление визуального контакта, использование жестов и мимики, позу и движение, тембр голоса и интонацию, пространственное расположение.

Пример 4: Преподаватель, использующий открытую позу, улыбающийся и поддерживающий визуальный контакт со студентами, создает более благоприятную атмосферу для обучения, чем преподаватель, сидящий за столом с опущенной головой и избегающий взгляда.

Практические рекомендации по эффективному использованию вербальных и невербальных средств коммуникации.

Для повышения эффективности взаимодействия со студентами, преподавателю рекомендуется:

1. Совершенствовать навыки вербальной коммуникации:

- избегать использования лексики с ограниченной сферой употребления, адаптировать язык к уровню понимания аудитории.

- использовать активное слушание, задавать различные виды вопросов (уточняющие, наводящие, риторические и др.), предоставлять обратную связь.

- развивать навыки публичных выступлений, работать над выразительностью, дикцией, тембром голоса и интонацией.

- участвовать в тренингах и семинарах.

2. Осознанно использовать невербальные средства:

- поддерживать визуальный контакт со студентами.

- использовать жесты и мимику для усиления речи и выражения эмоций.

- занимать уверенную и открытую позу.

- обращать внимание на проксемику, использовать пространство для создания комфортной атмосферы.

- учитывать кросскультурные особенности студентов.

3. Осуществлять личностный рост:

- развивать эмоциональный интеллект.

- учитывать собственный коммуникативный опыт, а также особенности своей аудитории при выборе коммуникативных стратегий.

- проводить самоанализ и получать обратную связь от студентов и коллег.

Эффективная коммуникация является ключевым фактором успеха в университете, при этом вербальные и невербальные средства коммуникации выступают в качестве мощного инструмента межличностного взаимодействия. Развитие коммуникативных навыков является важной составляющей профессионального роста преподавателя. Внедрение предложенных рекомендаций в практику преподавания позволит оптимизировать взаимодействие со студентами и повысить эффективность образовательного процесса. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение влияния различных коммуникативных стратегий на мотивацию и успеваемость студентов.

Библиографический список

1. Атватер И. Я вас слушаю.... – М.: Экономика, 2017. 112 с.

2. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. – М.: Эксмо, 2018. 576 с.

3. Вацлавик П. Психология межличностных коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – М.: Апрель-Пресс, ЭКСМО-Пресс, 2016. 320 с.

4. Пиз А. Язык телодвижений. – М.: Ай Кью, 2019. 272 с.

5. Хиз А. Как читать мысли других людей по их жестам / А. Хиз, Б. Пиз. – М.: Ай Кью, 2019. 320 с.
6. Щербатых Ю.В. Психология общения. – М.: Эксмо, 2016. 224 с.

УДК 330.45

Мониторинг реализации учебного процесса при организации дистанционной образовательной деятельности

Богун В.В., канд. пед. наук, доцент

Международный университет бизнеса и новых технологий (МУБиНТА)

Аннотация. Современные системы дистанционного обучения, применяемые для формирования необходимых образовательных компетенций с точки зрения совокупной проверки системы знаний, умений и навыков студентов вузов базируются на реализации статических тестовых компонентов, суть которых заключается в принудительной формулировке непосредственно указываемых заданий, а также значений параметров исходных данных и результатов в виде ответов на вопросы теста. В предлагаемой автором дистанционной динамической тестовой системе реализуется полноценные динамические компоненты для формирования необходимых компонентов тестовых заданий на основе реализации различных программных конструкций для отражения необходимых алгоритмических компонентов соответствующих тестовых заданий.

Ключевые слова: системы дистанционного обучения, дистанционная динамическая тестовая система, образовательные компетенции

Monitoring the implementation of the educational process in the organization of distance learning activities

Bogun V.V., PhD (Pedagogy), Associate Professor

International Academy of Business and New Technologies (MUBiNT)

Abstract. Modern distance learning systems used to form the necessary educational competencies in terms of the cumulative verification of the knowledge system, skills and abilities of university students are based on the implementation of static test components, the essence of which is to force the

formulation of directly specified tasks, as well as the values of the parameters of the initial data and results in the form of answers to the test questions. In the remote dynamic test system proposed by the author, full-fledged dynamic components are implemented to form the necessary components of test tasks based on the implementation of various software designs to reflect the necessary algorithmic components of the corresponding test tasks.

Keywords: distance learning systems, remote dynamic test system, educational competencies

По состоянию на настоящее время при организации учебного процесса с целью формирования различных образовательных и профессионально-ориентированных компетенций применяются различные системы дистанционного обучения, доступ к содержимому которых осуществляется в большинстве случаев через глобальную сеть Интернет с отображением информации непосредственно на локальном компьютере или ином информационном устройстве пользователя [2, 4].

В качестве основных компонентов процесса обучения с использованием систем дистанционного обучения могут выступать следующие объединенные в единый информационный блок составляющие: организация диалогового общения студента с преподавателем с использованием различных чатов, форумов и мессенджеров; обмен сообщениями по корпоративной или личной электронной почте; виртуальное общение с применением веб-камер; подготовка выполненных заданий в виде электронных документов различных форматов с ориентиром на последующую профессиональную деятельность, в том числе презентаций с последующей их отправкой преподавателю по электронной почте или через различные виды форм в рамках информационной системы, а также прямого расположения и отображения их в системе с возможностью скачивания необходимых массивов информации; выполнение студентами различных по содержанию промежуточных и итоговых тестирований, предполагающих однозначный или множественный выбор элементов из конечного множества элементов или ручной ввод определенного числового или текстового значения параметра итогового результата [2, 5].

Основным обучающим компонентом современных систем дистанционного обучения является реализация проверочного тестирования актуальных или остаточных знаний учащихся по определенной учебной дисциплине как в целом, так и по отдельно взятым разделам и темам. С одной стороны, мы получаем определенный уровень

проверки знаний, однако, с другой стороны, подобные информационные системы тестирования организованы статическим образом, поскольку определенные содержанием изучаемой дисциплины задания формируются преподавателем полностью вручную без применения каких-либо динамических составляющих с точки зрения реализации алгоритмических компонентов, необходимых для осуществления качественного перехода от значений параметров исходных данных к значениям параметров результатов расчетов, выполняемых через призму интеграции определенного конечного набора арифметических и логических операций над имеющимися массивами значений параметров.

Например, при формулировке преподавателем элементарной в вычислительном плане задачи по нахождению числового значения суммы двух заданных чисел непосредственно сами числа, являющиеся значениями параметров исходных данных, задаются преподавателем вручную, аналогично как и осуществляется расчет суммы заданных чисел, после чего формулировка непосредственно самой расчетной задачи, а также значения параметров исходных данных задаются в рамках применяемой в образовательной организации системы дистанционного обучения вручную, а студентам предоставляется выбор одного или нескольких правильных значений из сформулированного заранее также вручную преподавателем конечного множества числовых или иных возможных значений параметров итоговых результатов с непосредственным указанием одного или нескольких правильных значений в рамках текстовых полей, текстовых областей или иных интерактивных статических компонентов реализуемого графического интерфейса.

Справедливости ради, необходимо отметить, что определенные наработки, относительно реализации динамических компонентов в рамках современных систем дистанционного обучения всё же имеют свойство в малой степени проявляться и заявлять о себе.

Например, в рамках реализации процесса тестирования в системе дистанционного обучения «Moodle» имеется возможность записи тестового задания для учащихся с применением прообразов переменных как для отображения компонентов исходных данных, так и для результатов обработки данных значений элементарным алгоритмическим конструкциям. Для переменных или аргументов исходных данных указываются диапазоны возможных числовых значений, а для переменных результатов можно задать формулы невысокой степени сложности, по которым осуществляется получение значений результатов

на основе значений исходных данных, преимущественно, с точки зрения реализации линейных алгоритмов.

Однако возможности подобных динамических составляющих являются весьма ограниченными в плане реализации полноценных алгоритмических конструкций, поскольку для выполнения соответствующих расчетных процедур могут применяться только арифметические операции без применения логических операций, а, следовательно, и реализации различных программных алгоритмов (разветвляющихся или циклических алгоритмов), при этом могут быть использованы только простые типы данных, подразумевающих возможности использования для хранения значений числовые или текстовые компоненты в единственном числе [1].

Таким образом, в рамках современных систем дистанционного обучения практически полностью отсутствуют возможности реализации динамических программных компонентов и для записи расчетных процедур могут быть использованы исключительно арифметические операции без применения логических операций и соответствующих программных алгоритмов, что само по себе ограничивает образовательную деятельность учащихся.

Для выхода из данной, по сути, тупиковой ситуации, необходима полноценная реализация в рамках имеющихся систем дистанционного обучения информационной динамической тестовой системы, основная отличительная особенность которой заключается в всестороннем применении полностью динамического способа формулировки тестовых заданий с использованием различных программных конструкций для выполнения соответствующих алгоритмических конструкций с возможностью динамического выбора заданий в рамках каждого теста, а также значений параметров исходных данных и результатов с точки зрения отдельно взятого индивидуальным образом сформированного тестового задания.

Подобная информационная система позволит при создании тестовых заданий в полном объеме осуществлять реализацию произвольных программных алгоритмов, применяемых для решения определенного необходимого уровня задач по учебным дисциплинам естественнонаучного цикла, в том числе и прикладным наукам.

Для реализации подобной динамической тестовой системы необходимо в качестве основы использовать динамический веб-сайт, в рамках которого создается реляционная база данных, сохраняющая информацию о студентах, преподавателях, учебных дисциплинах,

разделах и темах каждой учебной дисциплины и тестовых заданиях с применением необходимых реляционных взаимосвязей между таблицами.

Для создания тестовых заданий необходима реализация принципа «двухуровневого программирования», то есть программируется как сама визуальная оболочка для отображения информации о пользователях и итогах формирования теста, так и на программном уровне в необходимом объеме задаются непосредственно компоненты теста с целью полноценной реализации динамических составляющих как для случайного формирования заданий, так и самих задач в качестве динамических вопросов теста.

Реализация подобной информационной системы может базироваться на разработанной и активно внедряемой в рамках учебного процесса Богом В.В. дистанционной системы динамических расчетных проектов, в рамках которой для реализации образовательного процесса в качестве компонентов самостоятельной деятельности учащихся выступают динамические расчетные проекты, включающие решение комплексных математических задач, в рамках которых осуществляется автоматическое генерирование значений параметров исходных данных, для последующего произвольного указания студентом значений параметров промежуточных и итоговых результатов расчетов или иных конструкций с возможностью многократной корректировки неправильно указанных значений в независимости от временных промежутков и местонахождения обучаемого [1, 3].

Таким образом, разработка и реализация описанной в статье информационной динамической тестовой системы позволит существенно повысить уровень формулируемых тестовых заданий в рамках систем дистанционного обучения, поскольку статические составляющие вопросов теста будут полностью заменены динамическими компонентами, что позволит формировать тестовые задания с применением различных арифметических и логических операций с использованием различных программных алгоритмических структур.

Библиографический список

1. Богун В.В. Дистанционные динамические расчетные проекты по исследованию функций вещественного переменного: учебное пособие. – Ярославль: Канцлер, 2014. 143 с.
2. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учеб.-метод. пособие / Роберт И.В., Панюкова С.В., Кузнецов А.А., Кривцова А.Ю. – М.: Дрофа, 2008. 312 с.

3. Богун В.В. Реализация расчётных проектов при организации дистанционного обучения математике // Компьютерные инструменты в образовании. 2011. № 6. С. 33–37.

4. Дворяткина С.Н., Дякина А.А., Розанова С.А. Синергия гуманитарного и математического знания как педагогическое условие решения междисциплинарных проблем // Интеграция образования. – 2017. № 1 (86).

5. Вайндорф-Сысоева М.Е. Методика дистанционного обучения: учебное пособие для вузов / М.Е. Вайндорф-Сысоева, Т.С. Грязнова, В.А. Шитова; под общей ред. М.Е. Вайндорф-Сысоевой. – М.: Юрайт, 2019. 194 с.

УДК371.3

Преподавание иностранного языка в формате микрообучения

Грачева Ю.В., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Большой объем получаемой информации, психологические особенности молодого поколения и развитие технологий способствуют росту популярности микрообучения. В статье проанализированы основные преимущества и недостатки данной тенденции, а также рассмотрены варианты использования микрообучения на занятиях по иностранному языку.

Ключевые слова: микрообучение, иностранный язык, короткие блоки информации

Teaching a foreign language using microlearning

Gracheva Yu.V., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl brunch*

Abstract. The large amount of information received, the psychological characteristics of the younger generation and the development of technology contribute to the growing popularity of microlearning. The article analyzes the

main advantages and disadvantages of this trend, as well as considers options for using microlearning in foreign language classes.

Keywords: microlearning, foreign language, short blocks of information

Микрообучение (microlearning) – это такой формат обучения, при котором учащиеся получают новую информацию мелкими порциями, а затем регулярно её повторяют. В последнее время такой подход приобретает всё большую популярность. Во многом это связано с ростом технологий и информационного потока.

Идея разделения больших объёмов информации на маленькие блоки возникла уже давно. Ещё Джордж Миллер, один из создателей когнитивной психологии, описал в 1956 году обнаруженную им закономерность, согласно которой человек одновременно удерживает в памяти в среднем семь блоков информации (плюс-минус два). В свою очередь идея многократного повторения основывается на теории о кривой забывания Эббингауза (1885 год). Согласно этой концепции, если материал не повторять, то больше 50% новой информации учащиеся забывают спустя 20 минут после окончания занятия, через 9 часов памяти остаётся не больше 40% выученного, а через месяц этот показатель сокращается до 24%. Исходя из этого, можно сделать вывод, что нет смысла давать за один раз большой объём информации, а для перевода материала из кратковременной памяти в долговременную нужно использовать метод интервальных повторений.

Рассмотрим основные преимущества использования микрообучения при изучении иностранного языка:

- 1) снижение умственной усталости и лучшее усвоение материала;
- 2) увлекательность, что ведёт к повышению заинтересованности и мотивации учащихся;
- 3) короткие по продолжительности уроки (примерно до 10 минут);
- 4) минимальный объём учебного материала, отсутствие избыточного контента;
- 5) относительная независимость и самодостаточность каждого микромодуля;
- 6) интерактивность;
- 7) доступность микромодулей с любого персонального устройства, включая компьютер, планшет, смартфон;
- 8) упрощённая работа по созданию и обновлению микрокурсов по сравнению с традиционными, что позволяет поддерживать курс в соответствии с последними тенденциями и требованиями;

9) целенаправленные фрагменты информации.

Таким образом, микрообучение легко интегрируется в повседневную жизнь, позволяя учиться в удобное время и в любом месте. Оно способствует эффективному запоминанию, так как учащиеся могут повторно просматривать материалы, а короткие блоки информации снижают когнитивную нагрузку.

Рассмотрим основные форматы микрообучения, которые эффективно использовать на занятиях по иностранному языку:

1) видео, которое представляет собой ролик продолжительностью 1–2 минуты с максимально доступной подачей информации.

2) приложения, которые помогают студентам самостоятельно изучать слова, тренировать произношение, записывать аудиосообщения.

3) обучающие игры, квесты для закрепления и повторения материалов.

4) инфографика, которая включает в себя схемы, иллюстрации и таблицы, делая материал наглядным и запоминающимся.

5) подкасты и аудиолекции, которые позволяют получать новые знания по разным темам.

6) интерактивные карточки, которые помогают эффективно запоминать информацию.

Создавая микроконтент для занятий, необходимо избегать распространённых ошибок. Например, недостаточно просто делить видео или лекцию на маленькие части, необходимо их переработать. Важно, чтобы у каждого мини материала была цель, которая в конце достигается. Кроме того, нельзя заикливаться на одном формате микрообучения, нужно стараться использовать всё их разнообразие, что повысит заинтересованность и вовлеченность у учащихся.

Несмотря на все преимущества, микрообучение имеет и ряд недостатков:

- этот формат не подходит для объяснения сложных тем, не позволяет глубоко погрузиться в проблему;

- не позволяет сформировать целостное представление о теме, о взаимосвязи понятий и явлений;

- ограничивает время на разговорную практику;

- не позволяет тренировать произвольное внимание обучающихся;

- вызывает привыкание к коротким форматам обучения.

Таким образом, микрообучение способствует появлению клипового мышления, при котором человек воспринимает материал в виде

фрагментов и ярких образов и зачастую не способен на более длительную глубокую концентрацию на материале.

Микрообучение полезно использовать и на занятиях в университете, так как оно соответствует особенностям внимания современного поколения студентов, позволяет давать информацию концентрированно и эффективно закреплять ее. В отношении иностранного языка этот подход можно использовать для тренировки всех видов речевой деятельности: аудирования, говорения, чтения и письма. Рассмотрим на конкретных примерах, как можно использовать микрообучение на занятиях по иностранному языку.

1. *Фокус на грамматике: «Времена за 5 минут».* Цель: закрепить одно конкретное грамматическое правило, например разницу между PresentPerfect и PastSimple.

Структура микро-урока (10–15 минут):

1. Введение (1 минута): короткое видео или картинка-мем, иллюстрирующая проблему. Например, "I havedoneityesterday" – почему это ошибка? В качестве источника можно обратиться к плейлисту "Englishin a Minute" на сайте BBC LearningEnglish.

2. Объяснение (3–5 минут): кратчайшее описание правила с помощью скринкаста или анимированного видео. Только ключевые маркеры и структуры.

3. Практика (3–5 минут): интерактивное задание прямо на занятии: 5-7 предложений на выбор правильного времени через голосование (Survio, OnlineTestPad) или быстрый опрос "встать/сесть".

4. Закрепление (1 минута): раздать студентам QR-код, ведущий на короткий тест в Quizlet или на просмотр аналогичного объяснения на другом канале для повторения (LearnEnglishTeens от BritishCouncil).

2. *Лексический челлендж: «Слово дня + коллокации».* Цель: ввести и отработать одно полезное слово.

Структура микро-урока (7–10 минут в начале или конце пары):

1. Представление (2 мин), где нужно показать слово (например, "toassess"), его определение, транскрипцию и озвучить его. Лучше с заранее заготовленной слайд-карточкой. Источником могут служить словари с аудио: CambridgeDictionary, OxfordLearner'sDictionaries.

2. Контекст (2 мин): показать 2–3 примера из аутентичных источников (статья, подкаст): BBC News, TheGuardian, TED Talks (можно взять короткий транскрипт). Спросить: "Как вы понимаете значение слова в этом контексте?".

3. Практика (3–5 минут): дать студентам 2 минуты, чтобы составить одно устное или письменное предложение с этим словом и обсудить с соседом. Затем 1–2 человека делятся с группой.

3. *Аудирование: «Улови главную мысль»*. Цель: развить навык быстрого извлечения основной информации из короткого аудиофрагмента.

Структура микро-урока (10 минут):

1. Настройка (1 минута): объявить тему. Например, "Сейчас мы слушаем о новом технологическом тренде".

2. Прослушивание (2–3 минуты): Студенты слушают короткий подкаст или новостной клип один раз. Можно взять аудио на BBC LearningEnglish ("6 MinuteEnglish" – идеальный формат), VOA LearningEnglish (короткие новости), TED-Ed (короткие образовательные ролики).

3. Задание (2 минуты): ответить на 1–2 ключевых вопроса: "Whatisthemainidea?", "Whatisthespeaker'sopinion?".

4. Проверка и обсуждение (3–4 минуты): Быстрое обсуждение ответов, можно прослушать ключевой момент еще раз для подтверждения.

4. *Разговорная практика: «Вопрос дня»*. Цель: снять языковой барьер, развить беглость, а не точность.

Структура микро-урока (7–12 минут):

1. Стимул (1 мин): показать провокационный вопрос, цитату или картинку. Например, "Is it better to study online or in a classroom?" Отличным помощником здесь является сайт ConversationStarters.com, где можно найти вопросы практически на любую тему.

2. Подготовка (2 минуты): студенты быстро записывают 2–3 аргумента или идеи по теме.

3. Обсуждение (4–8 минут): обсуждение в мини-группах (2–3 человека) в течение 4–5 минут. Затем по 1-му самому интересному аргументу от каждой группы.

5. *Чтение: «Статья-загадка»*. Цель: отработать навык сканирования текста (scanning) для поиска конкретной информации.

Структура микро-урока (10 минут):

1. Задача (1 минута): дать задание-квест. Например, "В этом тексте найдите: а) Где это произошло? б) Сколько лет главному герою? в) В чем была главная проблема?" В качестве базы текстов можно использовать

сайт NewsinLevels (удобно, что можно выбрать уровень), раздел "Science" на BBC News (короткие заметки), инфографику.

2. Сканирование (3 минуты): студенты быстро просматривают текст (не читая полностью!), чтобы найти ответы.

3. Проверка (3 минуты): сравнение ответов.

4. Обсуждение (3 минуты): "о чем этот текст, по вашему мнению, исходя из найденных фактов?"

Таким образом, микрообучение помогает сделать процесс обучения более доступным и интересным, но при всей своей эффективности оно не способно заменить традиционный формат обучения. Оно может быть лишь вспомогательным инструментом, который усилит действие основных.

Библиографический список

1. Диденко Э.Н. Микрообучение как технология преподавания иностранного языка в неязыковом вузе [Электронный ресурс]. URL: <https://philology-journal.ru/article/phil20230059/>.

2. Краснова Т.И. Микрообучение в контексте преподавания иностранных языков [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47331594>.

УДК 372.881.111.1

Коммуникативный метод: путь к свободному владению иностранным языком?

*Голубев Д.А., канд. филол. наук, доцент
Hangzhou Normal University, Hangzhou, PRC*

*Жильцова Т.Н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье авторы рассматривают коммуникативный подход к обучению иностранным языкам и анализируют причины его недостаточной эффективности в массовой школе.

Ключевые слова: коммуникативный метод, языковое образование, традиционные методы преподавания иностранных языков, коммуникативная компетенция, теория коммуникативного иноязычного образования

The communicative method: the path to fluency in a foreign language?

Golubev D.A., PhD (Philologic), Associate Professor

Hangzhou Normal University, Hangzhou, PRC

Zhiltsova T.N., senior lecturer

Financial University under the Government of the Russian Federation,

Yaroslavl brunch

Abstract. In this article, the authors consider the communicative approach to teaching foreign languages and analyze the reasons for its lack of effectiveness in mass schools.

Keywords: communicative method, language education, traditional methods of teaching foreign languages, communicative competence, theory of communicative foreign language education

В конце 1970-х и начале 1980-х годов XX века было положено начало тому, что мы сейчас называем коммуникативным методом в обучении иностранному языку (CLT). Согласно CLT, целью языкового образования является не овладение иностранным языком на уровне близком к носителю языка, а умение общаться на изучаемом языке. До появления коммуникативного обучения языку методы преподавания языка носили гораздо более теоретический характер и в меньшей степени опирались на непосредственное общение.

Рост популярности CLT в 1970-х и начале 1980-х годов был отчасти вызван отсутствием успеха в использовании традиционных методов преподавания языков, и отчасти увеличением спроса на изучение языков. В Европе появление Европейского общего рынка, привело к росту миграционных процессов и увеличению числа людей, которым необходимо было овладеть иностранным языком как для профессиональной деятельности, так и по личным причинам. Тем временем все большему числу детей была предоставлена возможность изучать иностранные языки в школе, поскольку число средних школ, предлагающих изучение иностранных языков, росло во всем мире в рамках общей тенденции расширения и модернизации учебных программ. В связи с этим, эффективность традиционных методов обучения языку была поставлена под сомнение и возникла необходимость в том, чтобы студенты развивали коммуникативные навыки и функциональную компетентность в дополнение к овладению языковыми структурами.

В 1966 году американский лингвист и антрополог Д. Хаймс разработал концепцию коммуникативной компетенции. Данная парадигма по-новому определила, что значит "знать" язык, а именно, не только владеть структурными элементами языка, но и иметь представление о социальных условиях их употребления. Д. Хаймс не дал конкретной формулировки коммуникативной компетенции, но в последствие коммуникативную компетенцию определили, как состоящую из трех компонентов: грамматической, социолингвистической и стратегической компетенций. Позднее модель коммуникативной компетенции была усовершенствована, к ней добавили дискурсивную и функциональную компетенции.

В настоящее время CLT определяют, как единый, теоретически обоснованный набор принципов, касающихся природы языка, а также изучения и преподавания языка. Д. Браун выделяет следующие характеристики CLT:

1. Цели обучения языку сосредоточены на всех компонентах коммуникативной компетенции (грамматическом, дискурсивном, функциональном, социолингвистическом и стратегическом).

2. Языковые упражнения предназначены для вовлечения учащихся в практическое, аутентичное, функциональное использование языка в значимых целях.

3. Беглость и грамматическая точность рассматриваются как взаимодополняющие принципы, лежащие в основе коммуникативных заданий. При этом беглость может иметь большее значение, чем грамматическая точность.

4. Учащиеся должны использовать язык продуктивно и быть готовыми к непривычным языковым контекстам за пределами аудитории.

5. Учащимся предоставляется возможность сосредоточиться на собственном стиле обучения и разработке соответствующих стратегий автономного обучения.

6. Роль преподавателя — это роль помощника, советчика, друга, а не всезнающего транслятора знаний [4].

С распространением CLT в учебных аудиториях стали использоваться новые типы интерактивных упражнений, такие как: ролевые игры (role-playing), интервьюирование (interviewing), заполнение информационных пробелов (information gap), обмен мнениями (opinion exchange) и в приоритете оказались групповая и парная формы работы.

В России принципы коммуникативного обучения были впервые сформулированы Е.И. Пассовым в 1969 году. Е. И. Пассов является

автором теории-модели коммуникативного обучения, которая стала основой теории коммуникативного иноязычного образования. Целями иноязычного образования автор называет индивидуализацию процесса обучения, становление духовности учащихся и овладение иноязычной культурой. Краеугольными камнями данной теории считаются четыре аспекта: познание, развитие, воспитание и учение. В познавательном плане основу обучения представляет собой диалог культур, в воспитательном плане акцент делается на выявление общих нравственных ориентиров в жизни двух народов и существующих в них различий, а также формирование мотивации к изучению языка и иноязычной культуры в диалоге с родной культурой, учебной целью является формирование коммуникативной и социокультурной компетенций учащихся, в учебном процессе акцент смещается с личности учителя на личность ученика [2].

Важным событием в истории развития CLT стала работа Совета Европы по созданию новых языковых программ и разработки системы уровней и критериев оценки владения иностранными языками. В основу этих программ были положены понятия и функции, а не традиционные категории грамматики и лексики. Совместными усилиями экспертов стран Совета Европы был разработан документ под названием «Общеввропейские компетенции владения иностранным языком: изучение, преподавание, оценка» (Common European Framework of References for Languages: Teaching, Learning, Assessment). Документ содержит основные концепции, отражающие современные подходы к изучению любых не родных языков в различных условиях и на различных ступенях обучения. В нем приведено целостное описание компетенций, которые должны стать результатом овладения иностранным языком и инструментарии, позволяющие учащемуся самостоятельно определить собственный уровень владения иностранным языком [3].

Хотя CLT оказал чрезвычайно большое влияние на преподавание иностранных языков, он не получил всеобщего признания и подвергся серьезной критике. В первую очередь множество вопросов вызывает то, что в приоритет над структурой языка (грамматическими системами) ставятся функции языка (применение языковых навыков в различных ситуациях). Подобная предпочтительность может привести к серьезным пробелам в знаниях учащихся о формальных аспектах изучаемого языка. В связи с этим большая часть изучающих английский язык в качестве второго или иностранного языка говорит в настоящее время на его упрощенной версии под названием Global English или Globish.

Е.И. Пассов также отмечал, что в качестве целей обучения в коммуникативной методике используются наборы разнообразных компетенций, основанных на прагматизме, что лишает ее нравственного стержня и подрывает то, на что должно быть направлено любое образование – становление человека как духовной индивидуальности [2].

Таким образом, в конце 70-х начале 80-х были разработаны подходы, которые подчеркивали фундаментальные коммуникативные свойства языка, и уроки иностранного языка все чаще отличались аутентичностью, имитацией реального мира и значимыми заданиями. Помимо грамматических и дискурсивных аспектов, преподаватели стали обращать внимание на природу социальных и культурных особенностей языка. Но если мы зададимся вопросами: каков же итог более чем тридцатилетней истории коммуникативного подхода в качестве основного метода обучения иностранным языкам, может ли большинство учащихся после завершения курса иностранного языка (в школе или вузе) свободно общаться в личных и профессиональных целях на изучаемом языке, ответы не будут звучать оптимистично. Как показывает практика, после десяти лет изучения иностранного языка по коммуникативной методике в школе значительная часть выпускников с трудом умеет читать на целевом языке, знает только простейшую грамматику и с ошибками строит элементарные фразы. Почему же коммуникативная методика обучения не всегда эффективна в массовой школе? Авторы выделяют целый ряд причин, они будут перечислены ниже.

1. Квалификация преподавателей. Учителей иностранного языка готовят на основании базового стандарта для переводчиков, специалистов по межкультурной коммуникации, филологов, вследствие чего не уделяется должное внимание такой дисциплине как методика преподавания языка. Кроме того, уровень владения языком преподавателей не всегда достаточный, чтобы создать коммуникативную языковую среду в классе.

2. Отсутствие необходимых технических средств обучения. Одним из условий эффективности коммуникативного подхода является создание соответствующей языковой среды, что невозможно без аутентичных аудио и видео материалов, а классные комнаты, в которых проводятся занятия по иностранному языку, не всегда должным образом оборудованы.

3. Учебные материалы. Современные школьные учебники по английскому языку, например, Spotlight представляют собой УМК, в состав которого входят, учебник, рабочая тетрадь, книга для учителя,

языковой портфель, книга для чтения с CD, контрольные задания, аудиоприложение к контрольным заданиям, аудиокурсы для занятий в классе и дома, электронное приложение к учебнику с аудиокурсом для самостоятельных занятий дома, авторские и рабочие программы. Что же касается учебников для вузов, они, как правило, являются сборниками текстов с упражнениями и не имеют никакого другого методического обеспечения.

4. Наполняемость языковых групп. Норма языковой группы при реализации коммуникативного подхода 10–12 человек, авторы данной статьи работают с группами численностью от 15 до 40 человек.

5. Недостаточное количество часов, отведенное на изучение языка. Ниже приведена таблица 1, демонстрирующая уровни владения языком по Общеввропейской шкале языковых компетенций и примерное количество часов, требующееся для подготовки к сдаче экзамена на каждый уровень. Считается, что среднестатистический выпускник школы владеет иностранным языком на уровне A2+, таким образом, для освоения следующей ступени ему необходимо порядка 350–400 часов, в вузовских программах заложено 324 часа иностранного языка для так называемых общеупотребимых целей (English for general Purposes), из них более одной трети отводится на самостоятельную работу. Кроме того, в одной языковой группе, как правило, оказываются студенты с разными уровнями языковой подготовки, следовательно, возникает такая ситуация, когда мы не развиваем, а лишь поддерживаем существующий уровень владения языком.

Таблица 1. Уровни владения английским языком и примерное количество часов, необходимое для их достижения

Уровень	Количество часов (ESOL Cambridge)
A1 Элементарное владение Уровень выживания	50-100
A2 Элементарное владение Предпороговый уровень	180-200
B1 Самодостаточное владение Пороговый уровень	350-400
B2 Самодостаточное владение Пороговый продвинутый уровень	500-600
C1 Свободное владение Уровень профессионального владения	700-800
C2 Свободное владение Уровень владения в совершенстве	1000-1200

5. Формы работы. В коммуникативной методике преобладают групповая и парная формы работы, что может допускать недостаточное внимание к индивидуальным потребностям учащихся. Помимо этого,

основной целью использования данных форматов работы является дать студентам больше возможностей говорить на иностранном языке во время занятий, однако, в ходе работы в малых группах в процессе выполнения заданий обучающиеся в основном используют родной (русский) язык.

6. Временные, экономические и просто человеческие затраты на изучение иностранных языков часто не сопоставимы с тем результатом, который учащиеся получают в виде так называемого практического владения языком, что приводит к демотивации.

Таким образом, коммуникативный метод (CLT) стал революционным подходом в обучении иностранным языкам, его возникновение было обусловлено необходимостью эффективного языкового общения в условиях растущей глобализации и миграции. Однако, современное состояние показывает, что, хотя CLT остается доминирующим подходом в преподавании языков, его действенность в массовой школе часто не соответствует ожиданиям. Следовательно, коммуникативный метод, несмотря на свою революционность и значимость, требует дальнейшего совершенствования и адаптации к реальным условиям образовательного процесса для достижения более высоких результатов в обучении иностранным языкам.

Библиографический список

1. Гез Н.И., Фролова Г.М. История зарубежной методики преподавания иностранных языков. – М.: Academia, 2008. 256 с.

2. Пассов Е.И., Кузовлева Н.М. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: методическое пособие для преподавателей русского языка как иностранного. — М.: Русский язык. Курсы, 2010. 568 с.

3. Common European Framework of References for Languages [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/home>.

4. Brown H.D. Teaching by Principles: an Interactive Approach to the Language Pedagogy. – London: Longman, 2000. 440 p.

УДК 371.3

Искусство как собеседник: развитие речевой культуры на уроках русского языка через диалог с живописью

Киселева Н.В., канд. культурологии, доцент

Аннотация. В статье исследуется проблема недостаточного и поверхностного использования произведений живописи в школьных учебниках русского языка. Предлагается перейти от пассивного иллюстрирования к модели «искусство как собеседник», которая предполагает организацию равноправного диалога между учеником, учителем и художественным произведением. Представлена система творческих заданий, направленных на развитие речевой культуры, критического мышления и эмоционального интеллекта школьников. Такой подход принципиально меняет образовательную парадигму, превращая урок русского языка в пространство для глубокой интерпретации и самовыражения.

Ключевые слова: искусство, русский язык, собеседник, диалог, система заданий

Art as an interlocutor: the development of speech culture in Russian language lessons through dialogue with painting

*Kiseleva N.V., PhD (Culturology), Associate Professor
State Autonomous Institution of Additional Professional Education of the
Yaroslavl Region «Institute for the Development of Education»*

Abstract. The article examines the problem of insufficient and superficial use of paintings in school textbooks of the russian language. It is proposed to switch from passive illustration to the «art as an interlocutor» model, which involves the organization of an equal dialogue between the student, the teacher and the artwork. A system of creative tasks aimed at developing speech culture, critical thinking and emotional intelligence of schoolchildren is presented. This approach fundamentally changes the educational paradigm, turning the russian language lesson into a space for deep interpretation and self-expression.

Keywords: art, russian language, interlocutor, dialogue, task system

Искусство во все времена являлось неотъемлемой частью человеческого существования, инструментом познания мира. В современном образовательном процессе, перегруженном информацией, оно зачастую отодвигается на задний план, выполняя роль

иллюстративного дополнения. Однако его потенциал как активного субъекта диалога, способного оживить преподавание не только гуманитарных, но и естественнонаучных дисциплин, раскрывается далеко не в полной мере.

Актуальность интеграции диалога с искусством в уроки русского языка обусловлена целым рядом ключевых факторов, отвечающих вызовам современного образования.

Во-первых, формирование духовно-нравственных ценностей. Через восприятие и осмысление произведений искусства школьники знакомятся с важнейшими этическими нормами и духовными принципами, заложенными в культуре народа. Живопись, литература, музыка передают идеи гуманизма, патриотизма, уважения к другим культурам, любви к природе и красоте родного края. Это способствует формированию мировоззрения ребёнка, расширению кругозора и обогащению внутреннего мира.

Например, знакомство с полотнами великих русских художников XIX века помогает детям осознать значимость национальной истории, почувствовать глубокую связь поколений и воспитывает чувство гордости за отечественное искусство.

Во-вторых, эстетическое воспитание. Искусство учит видеть красоту окружающего мира, понимать гармоничные сочетания цветов, форм, звуков. Оно развивает вкус, формирует умение воспринимать прекрасное и откликаться на высокие чувства. Осваивая шедевры отечественной живописи, музыки, литературы, ребёнок учится чувствовать оттенки эмоций, настроений, переживаний, отражённых художниками разных эпох.

В-третьих, творческая активность и воображение. Работа с искусством стимулирует творческое мышление, пробуждая фантазию и воображение детей. Через рисование, лепку, музыку и литературу учащиеся осваивают основы творчества, развивают образное мышление, учатся выражать собственные мысли и эмоции различными средствами выразительности. Эта деятельность помогает развивать способности к самовыражению, критическому мышлению и самостоятельному поиску решений.

При изучении русских народных песен, фольклорных традиций или картин русских пейзажистов школьники открывают для себя богатство национального наследия, приобщаются к истокам народной мудрости и традиционной культуры.

В-четвертых, межпредметные связи. Интеграция искусства в образовательный процесс обеспечивает междисциплинарные связи, способствуя целостному восприятию учебного материала. Картина может стать отправной точкой для изучения истории, географии, литературы, иностранного и русского языков. Например, изучение композиции, колористики, исторической эпохи, отражённой в картине, дополняют знания учащихся по предметам гуманитарного цикла.

Проведенный анализ учебника русского языка для 5 класса [5] показал, что, несмотря на наличие произведений искусства, их использование носит сугубо декоративный, иллюстративный характер. Из 967 упражнений лишь около 1% содержат обращения к живописи, и нет случаев, когда надо выйти за рамки простого описания, устного или письменного (о том, как это можно сделать мы писали [2]).

Ключевая проблема заключается в отсутствии подлинного диалога между участниками образовательного процесса: ученик выступает в пассивной роли наблюдателя, а не активного интерпретатора; произведение искусства является статичным объектом, а не равноправным собеседником, провоцирующим мысль и эмоцию; роль учителя сводится к трансляции информации, а не к организации диалогического пространства. В статье мы сосредоточились на возможности превращения произведения живописи из молчаливого экспоната в полноправного собеседника через специальную систему упражнений. «Активизируя интерес к разнообразным видам искусства, необходимо учитывать, что оно должно складываться максимально естественно, не должно быть навязанным. Однако степень эстетического восприятия искусства зависит не только от частоты соприкосновения с ним, но, главное, от качества этих взаимодействий» [3, с. 651]

В работе мы опирались на диалогическую концепцию М. Бахтина, рассматриваемую как аналог жизненного процесса в «мире людей»: «Жизнь по природе своей диалогична. Жить — значит участвовать в диалоге: вопрошать, внимать, ответствовать, соглашаться и т. п. В этом диалоге человек участвует весь и всю жизнь: глазами, губами, руками, душой, духом, всем телом, поступками» [1, с. 337], коммуникативно-деятельностный подход, на идеи, подсказанные документальным сериалом режиссёров Виталия Максимова и Никиты Михалкова «Сентиментальное путешествие на Родину. Музыка русской живописи» [4].

Рассмотрим варианты заданий, которые могут изменить урок, превратив его в диалогическое пространство.

Все задания, условно, можно поделить по видам речи (устная и письменная) и уровням сложности.

1. Задания, направленные на «вход» в диалог (развитие устной речи).

Цели таких заданий – это развитие умения строить повествование, вести внутренний монолог от другого лица, задавать точные и глубокие вопросы, строить гипотезы о характере персонажа.

1) «Молчаливый свидетель» (для жанровых сцен, например В. Перов «Охотники на привале», «Птицелов», П. Федотов «Сватовство майора», И. Репин «Не ждали» и др.).

Задание. Выберите одного из второстепенных героев или даже неодушевлённый предмет на картине. Представьте, что он видел и слышал всё происходящее. От его лица расскажите, что случилось за несколько минут до изображённого момента и что произойдёт после. Используйте в речи детали, которые вы видите на полотне.

2) «Интервью с героем» (в первую очередь портретная живопись: И. Крамской «Неизвестная», В. Серов «Девочка с персиками», портреты писателей кисти И. Репина, Н. Ярошенко «Кочегар» и др.).

Задание. Распределите роли: один — журналист, другой — герой картины. Журналист задаёт вопросы о жизни, чувствах, мечтах, обстоятельствах, в которых оказался герой. Например, «Неизвестная» может рассказать о своей тайне, а «Девочка с персиками» — об атмосфере дома в Абрамцеве.

II. Задания, направленные на углубление диалога (развитие письменной речи).

Цели, которых можно достичь в ходе выполнения заданий: научиться строить аргументацию, понимать контекст разных эпох в искусстве; обогащать словарный запас лексикой, описывающей внутренний мир человека, развивать навык написания текста-рассуждения, личного письма.

1) «Спор двух картин» (сравнительный анализ, например К. Малевич «Чёрный квадрат» и И. Репин «Бурлаки на Волге»).

Задание. Представьте, что эти две картины встретились в одном выставочном зале. Какой спор между ними мог бы возникнуть? О чём они могли бы говорить? О предназначении искусства? О красоте? О правде жизни? Напишите этот диалог. Аргументируйте позицию каждой картины деталями и идеями, которые она воплощает.

2) «Внутренний монолог» (для картин с психологическим подтекстом, например М. Врубель «Демон сидящий», В. Поленов

«Христос и грешница», В. Васнецов «Аленушка», И. Крамской «Христос в пустыне», И. Левитан «Над вечным покоем» и др.).

Задание. Опишите чувства и мысли героя в момент, запечатлённый на картине. Какие внутренние противоречия он переживает? О чём он размышляет? Какие слова и метафоры помогут передать его состояние?

3) «Письмо из картины» (произведения с эмоциональным подтекстом: А. Саврасов «Грачи прилетели», З. Серебрякова «За завтраком», В. Полenov «Московский дворик» и др.).

Задание. Представьте, что вы оказались внутри этого мира. Напишите письмо другу из этого пространства. Опишите, что вы видите, слышите, чувствуете. Что вас восхищает или тревожит в этом месте?

III. *Задания, направленные на творческий ответ (синтез речи и искусства).*

Цели: мотивировать к лаконичному и яркому высказыванию, учиться понимать характера персонажа через призму современной коммуникации; развивать навыки устной публичной речи, структурирования информации, работы в команде.

1) «Современный VK-пост от имени героя» (любое произведение батального, исторического, бытового или портретного жанра).

Задание. Представьте, что герой картины (например, богатырь с картины В. Васнецова, или купчиха с картины Б. Кустодиева, или Ф. Шаляпин Б. Кустодиева) ведёт VK. Какую фотографию он/она мог(ла) бы выложить? Придумайте для него/нее короткий текст к посту (не более 100 слов), хэштеги и комментарии от других героев картин.

2) «Создание аудиогuida» (произведение любого жанра, например А. Иванова «Явление Христа народу», Ф. Решетникова «Опять двойка»).

Задание. Разбейтесь на группы, выберите одну из предложенных картин. Подготовьте и запишите короткий (2–3 минуты) аудиорассказ о ней для сверстников. Ваша задача — не просто описать сюжет, а увлечь, заинтриговать, задать слушателям вопросы, чтобы вовлечь их в диалог.

Таким образом, включая произведения искусства в урок русского языка и переводя их из статуса пассивного объекта наблюдения в статус активного субъекта-собеседника, учитель получает мощный инструмент для образования и воспитания. Такой подход развивает у школьников не только речевые компетенции (лаконичное и яркое высказывание, диалогическую речь, умение задавать точные вопросы), но и метапредметные умения: видеть в искусстве отражение вечных ценностей и их связь с современностью, а главное — понимать, что искусство может стать мощным инструментом и методом познания мира и самого себя.

Библиографический список

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. - М.: Книга по требованию, 2013. 444 с.
2. Киселева Н.В. Произведения русской живописи на уроках родного языка (русского): методический аспект // Лебедевские чтения. Материалы Всероссийской научно-методической конференции. - Ярославль, 2024. С. 85–89.
3. Колесникова А.П., Нагибина Е.А., Кардапольцева В.Н. Роль искусства в воспитании молодежи // Физическая культура, спорт и молодежная политика в условиях глобальных вызовов. Материалы Международного научного конгресса, посвященного 90-летию Института физической культуры, спорта и молодежной политики УрФУ. Под общей редакцией Л.А. Рапопорта. - Екатеринбург, 2023. С. 648–655
4. Михалков Н.С. Сентиментальное путешествие на Родину. Музыка русской живописи [Электронный ресурс]. URL: <https://smotrim.ru/brand/68743?ysclid=mg0iq09v4y469195705>.
5. Русский язык: 5-й класс: учебник: в 2 частях / Т.А. Ладыженская, М.Т. Баранов, Л.А. Тростенцова [и др.]. – М.: Просвещение, 2023.

УДК 330.45

Коммуникация в условиях гибридного (онлайн-офлайн) формата обучения

Курадовец А.И., канд. экон. наук, доцент

Погоцкая А.А., Цибульская М.Д., студенты

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. В статье рассмотрены особенности коммуникации в условиях гибридного (онлайн-офлайн) формата обучения, определены основные модели электронного обучения и виды коммуникации в рамках гибридного курса. На основе анализа результатов опроса студентов выявлены преимущества и риски данной формы организации учебного процесса. Авторами обозначены основные технологические и коммуникативные проблемы, а также перспективы развития гибридного формата как устойчивого тренда, ориентированного на потребности современного поколения.

Ключевые слова: гибридное обучение, коммуникация, онлайн-формат, вовлеченность, образовательная среда

Communication in a hybrid (online-offline) learning format

Kuradovets A.I., PhD (Economics), Associate Professor

Pahotskaya A.A., Tsybulskaya M.D., students

Belarusian State Economic University

Abstract. This article examines the communication aspects of a hybrid (online-offline) learning format, identifying key e-learning models and communication types within a hybrid course. Based on an analysis of student survey results, the advantages and risks of this form of educational organization are identified. The authors outline the key technological and communication challenges, as well as the prospects for the development of the hybrid format as a sustainable trend focused on the needs of the modern generation.

Keywords: hybrid learning, communication, online format, engagement, educational environment

Утверждение того, что современное общество является информационным, уже ни у кого не вызывает сомнений. Стремительное развитие цифровых технологий и глобальные изменения, вызванные пандемией COVID-19, привели к массовому переходу на гибридные модели деятельности. Даже наиболее консервативная сфера, которой является образование, в полной мере ощущает на себе влияние новых коммуникативных технологий. Гибридный формат, подразумевающий одновременное участие лиц, присутствующих физически (офлайн) и дистанционно (онлайн), стал новым стандартом не только в корпоративном управлении, но и в образовании. Однако совмещение двух форматов имеет свои преимущества и недостатки. На сегодняшний день электронное обучение представлено несколькими формами:

1. Веб-поддержка учебного курса, читаемого в традиционном формате, когда лекционные и практические занятия проходят в привычной форме, а самостоятельная работа студентов выполняется в электронной среде;

2. Дистанционное обучение, в этом случае вся образовательная активность происходит в электронной среде;

3. Гибридное или смешанное обучение, представленное комбинацией традиционных классов с вынесением части лекционных или практических занятий в электронную среду. Именно об опыте использования последней формы и пойдёт речь в данной статье.

В рамках гибридного курса сочетаются несколько видов коммуникации. На основании задействованных субъектов можно выделить:

- межличностную коммуникацию – взаимодействие преподавателя со студентом;
- групповую коммуникацию – взаимодействие студентов между собой.

На основании формата взаимодействия гибридный курс предполагает:

- традиционную коммуникацию – синхронное обучение, когда преподаватель и студенты находятся в одно время в одном месте;
- синхронную коммуникацию с применением информационных технологий – синхронное обучение, отличающееся от предыдущего тем, что преподаватель и студенты находятся в различных местах, т. е. взаимодействие происходит в одно время, но в разных местах. Например, онлайн вебинар, синхронная работа на форуме;
- асинхронную коммуникацию – коммуникация с временным интервалом между отправлением и получением сообщения. Иными словами, преподаватель и студенты взаимодействуют в разное время, находясь в разных местах. Примерами, могут быть: самостоятельная или групповая работа студентов в течение семестра. Таким образом, коммуникация в рамках гибридного курса многообразна и каждый из приведенных видов содержит возможность искажения или деформации коммуникативного процесса [1].

Для выявления отношения студентов к гибриднему обучению был проведен опрос среди 80 студентов 2–3 курсов Белорусского государственного экономического университета. На вопрос «Хотели бы вы перейти на гибридный формат обучения, хотя бы частично?» 100% учащихся ответили «Да» (рис. 1), что свидетельствует о том, что студенты готовы принять такой формат обучения.

На вопрос: «Как вы относитесь к гибриднему формату работы/обучения?» Опрос показал следующие результаты: 67% – очень позитивно, 25% – отчасти позитивно, 8% – нейтрально (рис. 2).

Данные результаты показывают, что гибридная модель не просто принимается, а активно приветствуется. В гибридном формате 67% опрошенных видит значительные, фундаментальные преимущества. А 25% также видит плюсы, но, вероятно, осознает и некоторые недостатки (например, сложности с самоорганизацией, снижение неформального общения). Ни один из опрошенных не выбрал вариант «негативно» или

«очень негативно». Это означает, пассивное принятие данного формата (нейтральные 8%).

Вопрос: «В чем главное преимущество удаленной работы?» показал следующий результат: 52% – экономия времени, 30% – гибкий график, 18% – можно находиться дома/комфорт (рис. 3).

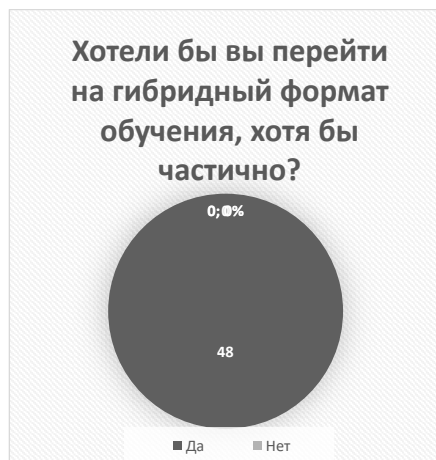


Рисунок 1. Результаты анкетирования (вопрос 1)



Рисунок 2. Результаты анкетирования (вопрос 2)

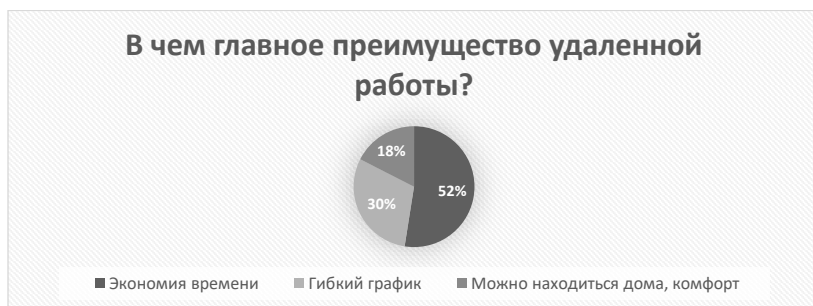


Рисунок 3. Результаты анкетирования (вопрос 3)

Соответственно преимущества можно объединить в две ключевые позиции:

1. Эффективность ($52\% + 30\% = 82\%$).

«Экономия времени» – это самый прагматичный и весомый аргумент. Студенты ценят время как ключевой ресурс. Исключение из распорядка дня времени на дорогу, переезды между корпусами и т.д. напрямую

повышает их личную эффективность, высвобождая время для учебы, хобби или отдыха.

«Гибкий график» (30%) – возможность выстраивать день в соответствии с личными биоритмами и обстоятельствами.

2. Психологический и физический комфорт (18%).

«Можно находиться дома/комфорт» – это указание на важность безопасной и предсказуемой среды, что снижает стресс и повышает качество работы.

Таким образом, опрос демонстрирует, что для студента гибридный формат является инструментом оптимизации жизни, позволяющим повысить эффективность, продуктивность и психологический комфорт.

Тот факт, что большинство респондентов относятся позитивно к данному формату, говорит о необходимости трансформации образовательного процесса в сторону большей гибкости, адаптированности к современным технологиям и уважения к личному пространству и времени студента.

Однако несмотря на все преимущества, широко распространившаяся идея необходимости разработки и внедрения в образовательный процесс высших учебных заведений курсов на гибридной основе, вызывает бурные споры и дискуссии. Исследователи из Университета имени Джорджа Вашингтона обнаружили, что у участников онлайн-коммуникации часто возникает негативное предубеждение по отношению друг к другу. Когда люди общаются текстовыми сообщениями, они не всегда верно считывают интонацию собеседника и общую тональность сообщения. Нейтральные реплики могут показаться саркастическими или пассивно-агрессивными, а текст, написанный в спешке, – резким и раздраженным [2].

При внедрении гибридного формата в белорусские университеты могут столкнуться с рядом практических трудностей. К ним относятся необходимость наличия современного аудиовизуального оборудования, высокая пропускная способность сетей, готовность студентов к самостоятельной работе в больших объемах, адаптации учебных планов и методик и др. [3]. Также такой формат подойдет не всем университетам и не всем специальностям. Гибридный формат обучения может быть полезен при курировании студентов на базах практики, находящихся в других городах. Данный формат позволяет организовывать регулярные встречи в онлайн формате с преподавателем для решения текущих вопросов. Поэтому необходим пилотный период с последующим

анализом и сравнением показателей с предыдущими семестрами (процент завершения курсов, средний балл, уровень удовлетворенности).

Гибридный формат обучения перестает быть временной мерой и отвечает запросам современного поколения студентов. Результаты проведенного вопроса подтверждают данную необходимость. Однако его успешная реализация зависит от преодоления значительных трудностей, связанных как с технологическими и инфраструктурными ограничениями, так и с коммуникативными рисками – угрозой снижения качества группового взаимодействия и социальной изоляции онлайн-участников.

Таким образом, будущее гибридного обучения лежит не в простом механическом сочетании офлайн- и онлайн-элементов, а в целенаправленном проектировании образовательной среды. Только при комплексном подходе гибридная модель раскроет свой потенциал, предложив обществу новый, более гибкий и человеко-ориентированный стандарт образования.

Библиографический список

1. Тухватулина Л.Р. Коммуникативные особенности гибридного обучения. URL: <https://moluch.ru/archive/92/20413>.

2. Влияние виртуальной команды на эффективность студенческих команд [Электронный ресурс]. URL: https://naked-science.ru/article/psy/udalennyyerabotnikiokaza?utm_source=inarticle&utm_medium=inarticle&utm_campaign=inarticle.

3. Гибридное обучение: как сочетать традиционные и онлайн-форматы в учебном процессе [Электронный ресурс]. URL: https://omsk.ecvdo.ru/states/gibridnoe-obuchenie-kak-sochetat-tradicionnye-i-onlajn-formaty?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F.

УДК 372.881.111.1+378.141.34

Использование интерактивных онлайн-досок и платформ для создания интерактивных игр при обучении английскому языку: из опыта работы

Логинова И.Н., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются возможности применения

интерактивных онлайн-досок и образовательных платформ при обучении английскому языку в вузе. Проведён сравнительный анализ шести популярных цифровых инструментов: «Холст», LearningApps, Wordwall, Wizer, OnlineTestPad, Quizlet и Yutu Класс. Особое внимание уделено их функциональным особенностям и практическому использованию на занятиях: визуализации грамматического материала, закреплению лексики в игровой форме, формированию комплексных языковых компетенций, тестированию и организации целостного урока. Показано, что сочетание данных ресурсов с интерактивными панелями, установленными в аудиториях, способствует повышению мотивации студентов, развитию критического мышления и цифровой грамотности, а также обеспечивает более высокий уровень вовлечённости обучающихся в образовательный процесс.

Ключевые слова: интерактивные технологии, онлайн-доски, цифровые платформы, английский язык, вуз, образовательный процесс

The Use of Interactive Online Whiteboards and Platforms for Creating Educational Games in Teaching English: From Practical Experience

Loginova I.N., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the potential of using interactive online whiteboards and educational platforms in teaching English at the university level. A comparative analysis of six widely used digital tools—“Holst,” LearningApps, Wordwall, Wizer, OnlineTestPad, Quizlet, and Yutu Class—is provided. Special attention is given to their functional features and practical applications in the classroom: visualization of grammar, vocabulary reinforcement through games, development of integrated language skills, testing, and full lesson organization. The study demonstrates that combining these tools with interactive panels installed in classrooms enhances student motivation, promotes critical thinking and digital literacy, and ensures greater learner engagement in the educational process.

Keywords: interactive technologies, online whiteboards, digital platforms, English language teaching, higher education, educational process

В последние годы одной из наиболее обсуждаемых тем стало внедрение информационных технологий в сферу образования.

Речь идет не только о применении технических средств, но и о новых подходах и методиках. Е.Г. Бодрова и Л.Н. Дегтеренко отмечают, что система образования претерпевает серьезные изменения под влиянием цифровых технологий, что требует повышения цифровых компетенций преподавателя [1, с. 56]. В статье рассматривается использование онлайн-досок как инструмента мотивации и повышения эффективности обучения английскому языку.

Главная цель изучения иностранного языка – развитие коммуникативных умений и практических навыков [4, с. 103], а ключевым фактором выступает мотивация [2, с. 13]. В условиях цифровизации, когда печатные издания уступают место электронным ресурсам, именно интерактивные технологии способны удерживать внимание студентов [6].

При этом исключительно цифровые средства не могут заменить живого общения и языковой практики. Однако развитие лексических, грамматических, аудитивных и переводческих навыков возможно и в онлайн-формате. События последних лет ускорили освоение дистанционных технологий, которые сегодня стали повседневной практикой [3, 5].

В нашем вузе поиск эффективных решений стал особенно актуален в связи с внедрением интерактивных панелей, пришедших на смену обычным компьютерам.

Если традиционная доска используется для визуализации материала и взаимодействия со студентами, то онлайн-доски и платформы для интерактивных игр позволяют не только писать и рисовать, но и выполнять упражнения на лексику, грамматику, перевод и аудирование. Материалы можно сохранять и использовать повторно, что делает процесс более наглядным и привлекательным для обучающихся [8].

Ниже рассмотрим наиболее популярные сервисы, применяемые для организации практических занятий по английскому языку, и сравним их функциональные возможности.

1. Холст. Простой инструмент для заметок, схем и рисунков. Удобен при объяснении грамматики: можно показать порядок слов в вопросе или выделить окончания глаголов. Студенты могут работать у «доски», что повышает вовлеченность.

2. LearningApps. Платформа мини-игр для тренировки словарного запаса и грамматики: «слово–перевод», подбор синонимов, соотнесение времён с примерами. Задания можно выполнять в командах с последующим обсуждением.

3. Wordwall. Аналогична LearningApps, но с большим выбором шаблонов («Колесо фортуны», «Кроссворд» и др.). Эффективна для повторения лексики и фразовых глаголов, легко превращается в соревновательный формат [7].

4. Wizer. Позволяет создавать рабочие листы, объединяющие тесты, упражнения и задания к тексту или аудио. Полезен для комплексного развития чтения, аудирования и письма.

5. OnlineTestPad. Сервис для тестов, викторин и диалоговых тренажёров. Удобен для проверки грамматики и автоматического контроля результатов, что экономит время на разбор ошибок.

6. Quizlet. Сервис карточек для изучения лексики. Может использоваться как игра в команде («Кто быстрее переведёт слово»), что делает запоминание слов более увлекательным [9].

7. Yutu Класс. Объединяет функции доски, тренажёров и автоматической проверки. Позволяет проводить целый урок на одной платформе – от объяснения темы до закрепления материала.

Рассмотренные интерактивные ресурсы обладают различным функционалом, что позволяет использовать их в обучении английскому языку для решения специфических методических задач.

Во-первых, «Холст» (Canvas-подобные сервисы) целесообразно применять для визуализации языковых структур. Благодаря простоте интерфейса и доступности инструментов для рисования данный ресурс наиболее эффективен при объяснении грамматических тем. Например, преподаватель может наглядно продемонстрировать порядок слов в утвердительных и вопросительных предложениях, выделить цветом формы глаголов в различных временных структурах или построить схему согласования времён. Интерактивность заключается в возможности студентов самостоятельно вносить элементы на доску, что способствует активному вовлечению и развитию навыков самостоятельного анализа.

Во-вторых, платформы LearningApps и Wordwall имеют сходное назначение и ориентированы на игровой формат закрепления знаний. Однако между ними можно выделить различия. LearningApps предоставляет возможность создавать интерактивные карточки, сортировки и ассоциативные задания. Данный ресурс удобен для формирования устойчивых связей «слово–перевод» или «лексическая единица–ситуация употребления». Wordwall, напротив, делает акцент на визуальной привлекательности и разнообразии шаблонов (викторины, кроссворды, вращающееся «колесо» и др.). Его применение позволяет проводить повторение и систематизацию материала в форме

соревновательной деятельности. Практика показывает, что Wordwall особенно эффективен при отработке фразовых глаголов и устойчивых выражений, в то время как LearningApps лучше использовать для тренировки лексических минимальных пар и грамматических структур.

В-третьих, Wizer представляет собой инструмент более высокого уровня сложности. В отличие от двух предыдущих ресурсов, он ориентирован на интеграцию различных типов заданий в рамках единого электронного рабочего листа. Это позволяет комбинировать упражнения на чтение, аудирование и письмо. Например, к тексту можно добавить вопросы с выбором ответа, задание на составление аннотации и упражнение на подбор синонимов. Таким образом, Wizer особенно полезен при формировании комплексных языковых компетенций и развитии навыков критического мышления.

В-четвёртых, OnlineTestPad характеризуется универсальностью. Его функционал охватывает широкий спектр заданий: тесты, кроссворды, логические упражнения, а также диалоговые тренажёры. Применительно к английскому языку данный ресурс незаменим для проверки теоретических знаний и формирования навыков устной речи. Например, студенты могут выполнять тесты на знание модальных глаголов, а затем в режиме тренажёра отрабатывать диалогические ситуации с их использованием. Автоматическая проверка облегчает педагогическую деятельность и позволяет сосредоточить внимание на анализе ошибок.

В-пятых, Quizlet ориентирован преимущественно на расширение словарного запаса. Основным инструментом платформы выступают карточки, которые могут включать не только перевод, но и изображения, аудиозаписи произношения и примеры употребления. В условиях аудиторных занятий Quizlet позволяет организовывать работу как индивидуально, так и в группах. Например, студенты могут соревноваться в скорости и точности перевода слов, а также использовать режимы «Учиться», «Тест» или «Гравитация» для закрепления лексики. Таким образом, данный сервис способствует активизации памяти и развитию навыков автономного обучения.

Наконец, Yutu Класс представляет собой комплексное решение, объединяющее возможности всех вышеупомянутых сервисов. Помимо функций интерактивной доски, он предоставляет инструменты для создания учебных материалов, заданий и тестов, а также автоматическую проверку. Применение Yutu Класса особенно актуально при организации целостного урока, где преподаватель может в едином пространстве сочетать объяснение новой темы, выполнение упражнений и контроль

усвоения материала. Такой подход упрощает педагогическую деятельность и обеспечивает высокую степень структурированности учебного процесса.

Таким образом, каждый из ресурсов выполняет собственную педагогическую функцию:

- Холст – визуализация и объяснение;
- LearningApps – тренировка ассоциаций и закрепление базовой лексики;
- Wordwall – игровые формы повторения и систематизации материала;
- Wizer – интеграция комплексных заданий;
- OnlineTestPad – тестирование и отработка диалогов;
- Quizlet – формирование и расширение словарного запаса;
- Yutu Класс – организация полного учебного цикла.

Использование этих инструментов в совокупности с интерактивными панелями, функционирующими в аудиториях вузов, позволяет вывести преподавание английского языка на качественно новый уровень. Такой подход не только делает образовательный процесс более динамичным и наглядным, но и способствует формированию ключевых универсальных компетенций студентов: умения работать в команде, осуществлять самооценку, развивать цифровую грамотность и критическое мышление.

Проведённый анализ показал, что использование интерактивных ресурсов в преподавании английского языка открывает широкие возможности для повышения эффективности образовательного процесса. Каждый из рассмотренных инструментов обладает уникальными функциональными особенностями: одни обеспечивают наглядность и структурирование материала, другие способствуют игровому закреплению лексики и грамматики, третьи позволяют формировать комплексные языковые компетенции. В совокупности они создают условия для вариативного построения урока, где учитываются как цели обучения, так и индивидуальные особенности студентов.

Особое значение приобретает сочетание данных ресурсов с интерактивными панелями, установленными в вузовских аудиториях. Такая интеграция обеспечивает максимальную вовлечённость обучающихся, позволяет реализовать принципы активного и коммуникативного обучения, а также развивать метапредметные компетенции: самостоятельность, критическое мышление, цифровую грамотность.

Таким образом, применение интерактивных средств не ограничивается ролью вспомогательных инструментов: они становятся

важным компонентом современной методики преподавания английского языка, обеспечивающим качественно новый уровень организации учебного процесса и способствующим формированию устойчивой мотивации студентов к изучению иностранного языка.

Библиографический список

1. Бодрова Е.Г., Дегтеренко Л.Н. Цифровые инструменты и сервисы в профессиональной деятельности современного педагога // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2021. Т. 13. № 2. С. 48–56.

2. Иванова О.В. Формирование мотивации к самостоятельной учебно-познавательной деятельности студентов при обучении иностранному языку // Сборник научных трудов SWorld. 2011. Т. 18. № 3. С. 10–13.

3. Каганер Е.В. После пандемии онлайн-обучение не будет прежним [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/opinions/8242615>.

4. Китайгородская Г.А. Методика интенсивного обучения иностранным языкам: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1986. 103 с.

5. Колдаев В.Д. Теоретико-методологические аспекты использования информационных технологий в образовании: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021. 333 с.

6. Котельникова Е.Ю., Шпортько И.А. Использование интерактивной доски на занятиях по иностранному языку в вузе // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2015. № 4. С. 92–99

7. Митрофанова О.Д. Интерактивные технологии на уроках английского языка // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 2.

8. Перунова А.В. Интерактивная доска как средство повышения мотивации в изучении иностранных языков // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 10.

9. Сергеева Н.Н. Использование сервиса Quizlet на уроках иностранного языка // Молодой ученый. 2019. № 21 (259).

УДК 372.881.111.1+378.141.34

Особенности формирования основ коммуникативной компетенции учащихся начального этапа обучения иностранному языку

Макарицева К.В., учитель английского языка

Государственное бюджетное образовательное учреждение школа № 604 Пушкинского района г. Санкт-Петербурга им. Н.С. Майданова

Аннотация. В статье рассматриваются особенности и методологические принципы формирования коммуникативной компетенции у обучающихся на начальном этапе изучения иностранного языка. Обосновывается необходимость смещения акцента с чисто лингвистических аспектов (лексика, грамматика) на функциональные и социокультурные, которые позволяют решать элементарные коммуникативные задачи уже с первых занятий. Анализируются ключевые проблемы, с которыми сталкиваются педагоги, и предлагаются практико-ориентированные стратегии их преодоления через интеграцию игровых технологий, ситуативного моделирования и аутентичных материалов адаптированных к уровню начинающих. Подчеркивается роль положительной мотивации и психологически комфортной среды как критически важных факторов успешного становления иноязычной коммуникативной компетенции.

Ключевые слова: начальный этап обучения, иностранный язык, игровые технологии, речевые клише, мотивация

Specifications for developing the basic communicative skills and competence of the initial stage foreign language learners

Makartseva K.V., English teacher

State Budget Educational Institution the school number 604, Saint -Petersburg

Abstract. The main features and methodological principals for developing the basic communicative skills and competence of the initial stage foreign language learners are discussed in the article. The necessity to shift the emphasis from linguistic aspects to functional and sociocultural one is justified to handle the basic communicative tasks. The main challenges are analyzed. Practice-oriented strategies including game-based learning, scenario-based learning and authentic materials adapted for primary school students are proposed for consideration. Positive motivation and a psychologically comfortable environment are regarded as critically important factors for the successful establishment of foreign language communication.

Keywords: Initial stage of learning, gaming methods in education, speech pattern

Парадигма современного языкового образования претерпела значительные изменения, сместив фокус с усвоения системы языка (лексика, грамматика) на овладение языком как средством общения. В связи с этим, центральной категорией методики преподавания

иностранных языков стала коммуникативная компетенция. Способность и готовность осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка становится целью обучения [2, с. 45].

Начальный этап обучения, чаще всего соотносимый с младшим школьным возрастом, является фундаментальным в длительном процессе формирования данной компетенции. Именно на этом этапе закладываются не только базовые языковые навыки, но и отношение к иностранному языку, преодолевается или же напротив, при неправильной стратегии, формируется психологический барьер, связанный с затруднением выражения мысли на неродном языке.

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена необходимостью анализа и разработки эффективных педагогических подходов, учитывающих психолого-возрастные и когнитивные особенности начинающих, для создания прочной основы их коммуникативных умений.

Рассматривая специфику начального этапа обучения иностранному языку и целевые ориентиры, стоит отметить, что в основе лежит формирование элементарной коммуникативной компетенции (Е.И. Негневицкая, А.Н. Шамо́в). Это подразумевает способность учащихся:

- понимать и использовать краткие устные высказывания в рамках изученных тем (приветствие, знакомство, семья, мой дом, школа, хобби);
- поддерживать простое диалогическое высказывание, задавая элементарные вопросы, понимать обращенную речь, отвечать на вопросы;
- кратко описывать предметы, людей, животных, погоду;
- воспринимать на слух основное содержание аутентичных текстов (песен, стихов, диалогов) [3].

Ключевыми особенностями данного этапа, которые должен учитывать педагог, являются:

1. Пластичность и имитационные способности. Дети младшего школьного возраста обладают высокой способностью к подражанию, что благоприятно влияет на постановку правильного произношения.
2. Преобладание наглядно-образного мышления. Эффективность обучения повышается при опоре на визуальность. Яркость, красочность наглядных материалов повышает способность к устойчивому и долговременному запоминанию информации.
3. Кратковременность произвольного внимания. Требуется частая смена видов деятельности, (5–10 минут на один вид деятельности).

4. Эмоциональность и непосредственность. Учебный процесс должен быть насыщен положительными эмоциями, играми, сюрпризными моментами.

5. Высокий уровень ситуативной мотивации. Ребенок выражает желание говорить «здесь и сейчас», чтобы решить конкретную задачу (получить поощрительный жетон, ответить первым на вопрос учителя).

Для успешного достижения поставленных целей методистами (Г.В. Роговой, И.Н. Верещагиной и Н.Д. Гальсковой) выделен ряд основополагающих принципов:

1. *Принцип коммуникативной направленности.* Язык усваивается в процессе общения. С первых уроков ученики слышат фразы «Hello! Mynameis... Whatsisyourname?». Все языковые структуры (слова) вводятся не изолированно, а в контексте реальной ситуации или условно-реальной ситуации или ситуаций, связанных с персонажами учебно-методического пособия.

2. *Принцип устного опережения (аудиолингвальный метод).* На начальном этапе приоритетом обладает устная речь и аудирование (восприятие речи и учебных текстов на слух). Это способствует накоплению речевого опыта до того, как обучающиеся столкнутся с трудностями графического оформления речи при чтении и письме. Умение читать и писать становится следствием, а не причиной говорения.

3. *Принцип интеграции видов речевой деятельности.* Обучение строится таким образом, что восприятие речи на слух плавно переходит в говорение. Например, прослушал диалог – воспроизведи. Говорение - в чтение (составил устный рассказ - прочитал аналогичный), чтение - в письмо (прочитал текст – написал по образцу похожий).

4. *Принцип функциональности и ситуативности.* Лексические и грамматические понятия презентуются не как правила для заучивания, а как инструмент для решения конкретных задач в конкретной ситуации. («в магазине», «на дне рождения», «в зоопарке», «в гостях»). Например, структура «Ihavegot...» осваивается в ситуации рассказа о своей семье или своих любимых игрушках, своей комнате, своем школьном рюкзаке.

5. *Принцип аутентичности и культурной направленности.* Использование и адаптация аутентичных материалов, то есть материалов, созданных носителями языка: песенки, сказки, считалки, короткие видео. Все эти материалы погружают младших школьников в языковую среду, знакомят с элементами иной культуры, что в свою очередь является неотъемлемым компонентом коммуникативной компетенции [1].

Реализация вышеуказанных принципов возможна через применение конкретных приемов и технологий.

В первую очередь, это игровые технологии, к которым относятся: ролевые игры, дидактические игры (игры с карточками, командные викторины, «Flyswatter», «Lettersoup», подвижные игры «Chucklessays»). Они снижают психологическое напряжение обучающихся и делают процесс овладения языком естественным и увлекательным [6].

Во-вторых, использование речевых клише «speechpattern» и лексических «chunks». Через многократное повторение целых фраз-клише учащиеся быстрее переходят к процессу общения, минуя стадию построения фразы по правилам из отдельных элементов.

Метод TPR (TotalPhysicalResponse) метод физического реагирования является способом связывания речи и действий, что гармонично вплетается в канву урока, как динамическая пауза, способствует усвоению лексики и развития внимания и навыков аудирования. Широкое применение визуальных и аудиовизуальных средств служат мощным стимулом для высказываний и облегчают понимание [5].

Для нивелирования страха говорения на начальном этапе необходимо создавать атмосферу поддержки и терпимости к ошибкам. Поощрять любую попытку говорить на иностранном языке. Исправлять ошибки тактично, не прерывая речь ученика, а путем правильного повторения его фразы. Давать учащимся время на подготовку высказывания.

Таким образом, формирование коммуникативной компетенции на начальном этапе обучения представляет собой сложный, многокомпонентный процесс, требующий от педагога не только глубоких предметных знаний, но и понимания психологии младшего школьника. Успешность данного процесса напрямую зависит от строгого следования коммуникативно-деятельностному подходу, в котором язык выступает как инструмент взаимодействия. Систематическое использование ситуативных, игровых и личностно-ориентированных технологий позволяет преодолеть психологический барьер и сформировать стойкую положительную мотивацию к обучению для развития иноязычной компетенции на более продвинутых этапах обучения.

Библиографический список

1. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: Учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. 336 с.

2. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. – М.: Просвещение, 1991. 223 с.
3. Рогова Г.В., Верещагина И.Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в общеобразовательных учреждениях: Пособие для учителей и студентов. – М.: Просвещение, 2000. 232 с.
4. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. – Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
5. Harmer J. The Practice of English Language Teaching. – 4th Edition. – Longman, 2007. 448 p.

УДК 81–139

Развитие навыков критической оценки цифрового контента в профессиональной сфере PR при обучении иноязычной коммуникации

Маслова В.С., старший преподаватель

Научно-исследовательский университет Московского энергетического института

Аннотация. В статье рассматривается развитие навыков критической оценки цифрового контента в профессиональной сфере PR при обучении иноязычной коммуникации. Особое внимание уделяется влиянию технологий искусственного интеллекта на информационное пространство и необходимости формирования у студентов критического мышления для эффективного анализа и использования AI-сгенерированного контента. Описывается практическое учебное задание, включающее сравнительный анализ статей, созданных человеком и искусственным интеллектом, что способствует развитию коммуникативной компетенции, медиаграмотности и профессиональных навыков будущих PR-специалистов. Подчеркивается важность ответственного и осознанного применения цифровых технологий в образовательном процессе.

Ключевые слова: искусственный интеллект, медиаграмотность, информация, анализ, профессиональное образование

Developing Critical Evaluation Skills for Digital Content in the PR Field Through Foreign Language Communication Training

Maslova V.S., senior lecturer

Abstract. The article discusses the development of critical evaluation skills for digital content in the professional field of PR through foreign language communication training. Special attention is given to the impact of artificial intelligence technologies on the information landscape and the necessity of fostering critical thinking in students for the effective analysis and use of AI-generated content. A practical educational assignment is described, which includes a comparative analysis of articles created by humans and artificial intelligence, thereby promoting the development of communicative competence, media literacy, and professional skills among future PR specialists. The importance of responsible and conscious use of digital technologies in the educational process is emphasized.

Keywords: artificial intelligence, media literacy, information, analysis, professional education

Стремительное развитие и широкое внедрение технологий искусственного интеллекта значительно влияют на социальную и профессиональную жизнь человека. Информация, сгенерированная с их помощью, требует от пользователей – как рядовых, так и будущих специалистов – повышения уровня критического мышления. Как отмечает Н.Ю. Туласинова [6], «критическое мышление – это не только навык, необходимый для академической деятельности, но и важнейшее качество современного специалиста, способного ориентироваться в информационном пространстве, насыщенном как достоверной, так и манипулятивной информацией».

Эти навыки тесно связаны с эффективным построением профессиональной и повседневной коммуникации. Высокий уровень коммуникативной компетенции является одним из ключевых требований современного рынка труда. Поэтому критическое мышление можно рассматривать как один из важнейших факторов формирования профессиональных компетенций при обучении специалистов по иноязычной коммуникации в вузах.

Коммуникация по своей сути представляет собой обмен информацией в различных формах, который обычно выражается в умозаключениях участников диалога. Для формирования обоснованных выводов необходимо критически оценивать информацию, собранную из различных надёжных источников, анализировать её достоверность и релевантность. На этапе сбора информации технологии искусственного

интеллекта играют важную роль, ускоряя обработку данных. Однако современный ИИ способен не только собирать, но и анализировать информацию, делая определённые выводы. Это создаёт угрозу развитию критического мышления, поскольку технология «забирает» функцию внутреннего размышления, ограничивая способность человека обсуждать и взаимодействовать с собеседниками. Без осмысления информации через собственное восприятие человек лишается возможности понять её и почувствовать эмоциональный подтекст. Как отмечает Кузнецова [3], «автоматизация анализа информации с помощью искусственного интеллекта способствует ускорению обработки данных, однако при этом возрастает риск утраты критического восприятия и аналитических навыков у специалистов».

Важнейшими компонентами критического мышления являются внутреннее размышление и умение обсуждать и взаимодействовать с собеседниками на интеллектуальном и эмоциональном уровнях. В работах Л. Выготского [1] подчёркивается, что развитие критического мышления связано с формированием внутреннего диалога и рефлексии: «Развитие мышления происходит через внутренний диалог, который позволяет человеку осмысливать и критически оценивать полученную информацию». Ж. Пиаже [4] выделяет стадии развития когнитивных процессов, в том числе критического мышления: «Критическое мышление развивается в процессе активного взаимодействия с окружающей средой и требует формирования умения ставить под сомнение полученную информацию». Эти качества присущи исключительно человеку, и только он способен развивать их на высоком уровне. Разумное применение технологий искусственного интеллекта может способствовать этому развитию.

Подводя итог, можно отметить, что задача преподавателя при обучении иноязычной коммуникации в условиях быстрого развития технологий искусственного интеллекта – научить студентов критически использовать эти технологии.

Рассмотрим конкретный пример эффективного использования AI-инструментов в обучении иноязычному общению. Процесс обучения коммуникации включает выполнение практических коммуникативных заданий, особенно в групповой форме, что стимулирует обмен мнениями, аргументированное обсуждение и командную работу – важные навыки для успешной межкультурной и междисциплинарной коммуникации.

В рамках занятия по предмету «Иностранный язык профессионального общения» будущим PR-специалистам было

предложено выполнить сравнительный анализ двух PR-статей: одна из них создана человеком (журналистом), другая – с использованием технологии искусственного интеллекта.

Анализ проводился по следующим критериям:

- точность и полнота информации;
- стиль и тональность (официальный, нейтральный, эмоциональный);
- языковые особенности (грамматика, лексика, связность текста);
- наличие ошибок или неточностей.

Данная задача подходит для студентов второго и третьего курса, владеющих языком на среднем и выше среднего уровнях.

Коммуникативным компонентом задания стало обсуждение элементов текста, которые выглядят более убедительными, и причин этого.

Согласно Ивановой А.А. [2] «практическое применение AI-инструментов в анализе информационного контента требует от студентов не только технических навыков, но и умения критически оценивать полученные результаты».

Ход выполнения задачи был следующим: преподаватель разделил студентов на две подгруппы. Одна работала со статьёй, созданной человеком, оценивая её по указанным критериям, другая – со статьёй на ту же тему, но сгенерированной ИИ. После самостоятельного анализа обе подгруппы совместно провели сравнительный анализ. Также обсуждались влияние алгоритмов ИИ на формирование информационного поля в PR, риски и преимущества использования ИИ в создании и распространении новостей.

В качестве итогового задания студентам было предложено написать краткое эссе (150–200 слов) на тему: «Как критический анализ AI-сгенерированного контента может помочь PR-специалисту в работе». Это способствует развитию ключевых компетенций, необходимых для успешной профессиональной деятельности в сфере PR в цифровую эпоху.

Выполнение данного практического задания способствует комплексному развитию у студентов ряда важных навыков. С позиции критического мышления и медиаграмотности они учатся системно и взвешенно анализировать цифровой контент, выявлять и оценивать достоверность информации, распознавать признаки манипуляции и предвзятости – что особенно важно при работе с материалами, созданными как людьми, так и искусственным интеллектом.

Анализ и сравнение оригинальных и AI-сгенерированных текстов развивает навыки чтения, понимания, лексического и грамматического

анализа. Это способствует совершенствованию письменной речи через формулирование аргументированных эссе, что в совокупности ведёт к повышению иноязычной коммуникативной компетенции.

Обсуждение влияния алгоритмов на информационное пространство формирует у студентов понимание ответственности PR-специалиста за качество и достоверность распространяемой информации, а также этические принципы работы с цифровыми медиа.

Таким образом, подобные задания не только повышают профессиональную квалификацию студентов в области PR, но и формируют устойчивые навыки критической оценки и ответственного использования цифрового контента в условиях стремительного развития технологий искусственного интеллекта. Как отмечает Смирнова Е.П. [5] «обучение критическому мышлению в условиях цифровых технологий – залог формирования ответственных и компетентных специалистов, способных противостоять информационным манипуляциям».

Библиографический список

1. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.: Педагогика, 1934. 200 с.
2. Иванова А.А. Использование AI-инструментов в обучении иностранному языку профессионального общения // Вестник современных исследований. 2021. Т. 15. № 4. С. 112–118.
3. Кузнецова И.В. Влияние искусственного интеллекта на развитие критического мышления у студентов // Современное образование. 2020. № 7. С. 30–36.
4. Пиаже Ж. Психология интеллекта. – М.: Прогресс, 1972. 400 с.
5. Смирнова Е.П. Критическое мышление и медиаграмотность в эпоху цифровых технологий // Образование и общество. 2019. № 2. С. 78–85.
6. Туласинова Н.Ю. Критическое мышление как компонент профессиональной компетентности // Вестник педагогики. 2014. № 3. С. 45–52.

УДК 37.032

Обучение ассертивной коммуникации на внеаудиторных занятиях в зарубежных университетах

*Мейкшане Т.А., старший преподаватель
Белорусский государственный университет*

Аннотация. Представлен обзор программ внеаудиторных мероприятий, действующих на базе 43 высших учебных заведений Западной Европы и Северной Америки, где акцент делается на обучение ассертивной коммуникации как в академических, так и во внеакадемических ситуациях.

Ключевые слова: студенты-бакалавры, коммуникативные навыки, ассертивная коммуникация, внеаудиторные мероприятия, физическое благополучие, эмоциональное благополучие

Teaching assertive communication through extracurricular activities at foreign universities

*Meikshane T.A., senior lecturer
Belarussian State university*

Abstract. This article provides an overview of 19 events held at 43 higher education institutions in Western Europe and North America, where students are taught communication skills applicable to academic goals and non-academic interactions.

Keywords: undergraduate students, communication skills, assertive communication, extracurricular activities, physical wellbeing, emotional wellbeing

Анализ преподавательской практики показывает, что умение студентов выстраивать коммуникацию в образовательной среде со сверстниками, преподавателями, руководством факультета составляет важную часть академического и внеакадемического развития учащихся. Учащиеся признаются, что понимание основ такого общения помогло бы им снизить тревожность при взаимодействии в новом для них окружении.

Чтобы выявить возможные способы внеаудиторной поддержки студентов преподавателями, был проанализирован опыт зарубежных вузов по развитию коммуникативных навыков с особым фокусом на то, какой именно коммуникации зарубежные коллеги учат своих студентов. Нас особенно интересовало то, какие коммуникативные навыки отрабатываются со студентами для их успешной социальной интеграции и комфортного сосуществования в университетской среде.

С этой целью были изучены программы внеаудиторных мероприятий, опубликованные на сайтах 43 зарубежных университетов (Великобритании, Канады, США, Австралии). Их целевая аудитория –

студенты-бакалавры. Контент-анализ программ позволил выявить 12 мероприятий (на базе 6 университетов), на которых учащихся учат коммуницировать с любыми собеседниками как в учебной среде, так и вне вуза для успешной самореализации.

Прежде всего отметим сильный фокус на разъяснение учащимся принципов ассертивной коммуникации, которым посвящены 5 из 12 программ. Так, в ходе встречи «Коммуникация и конфронтация» у учащихся развивают умение общаться так, чтобы «обходить подводные камни, взвешенно реагировать на негативное коммуникативное поведение собеседника, убедительно устанавливать свои личные границы и вербально деэскалировать конфликт» [1]. С точки зрения организаторов, навык ассертивной коммуникации будет полезен студентам везде: и в ходе учебы, и на работе, и в семейном общении, с чем сложно не согласиться.

Среди своих целей мероприятие «Формирование ассертивности» [2] заявляет обучение учащихся высказываться в уверенной и ассертивной манере, различать разные стили коммуникации, определять мотивацию и предпочтения собеседников, выбирать способы, как стать более ассертивным.

Коллеги из Университета Ливерпуля добавляют к вышеописанному фокусу необходимость предупреждения и решения конфликтов, управление стрессом. Мероприятие «Ассертивная коммуникация: проблемы и вызовы» [3] рассматривает этот вид коммуникации как одно из средств управления стрессом, наряду с техниками релаксации, критическим осмыслением своих негативных переживаний. В результате учащиеся учатся вырабатывать собственные стратегии по поддержке своего эмоционального и физического благополучия.

В Университете Аделаиды (Австралия) популярны беседы «Навыки коммуникации для эффективных отношений» [4], в Калифорнии – мероприятие «Формирование доверительных взаимоотношений и эффективных диалогов» [5], где навык ассертивной коммуникации отрабатывается практически как важный этап взаимодействия собеседников при разрешении конфликтов.

Еще одним направлением обучения коммуникации является психологическая поддержка учащихся: создаются условия для обсуждения и решения трудностей, с которыми сталкиваются студенты. В рамках встреч, посвященных способам поддержания здоровья, обсуждаются такие деликатные темы, как сексуальное здоровье и сексуальные ожидания студентов, расстройства их пищевого поведения,

использование запрещенных препаратов, вызовы в рамках спорта высших достижений [6]. Учащимся рассказывают об особенностях этических и нейтральных высказываний в связи с переживаемыми проблемами и безочеловечного реагирования на высказывания других.

На базе этого же университета действует мастер-класс «Пространство поддержки международных студентов». В его рамках, помимо помощи учащимся (особенно первокурсникам) в адаптации к новой для них среде и обучения способам преодоления социальной изоляции, тяжелых переживаний тоски по дому, обсуждаются возможные сложности в новой для них межкультурной коммуникации, предлагаются стратегии поддержания социальных связей – как в онлайн-коммуникации, так и в личном общении. По мнению ведущих подобных мероприятий, такие занятия – важный инструмент заботы студента о своей комфортной интеграции в незнакомую культурную среду.

В Университете Беркли [7], помимо занятий по библиотерапии и психологической самопомощи, проводятся встречи, цель которых – развитие коммуникативных навыков студентов и способов поддержания взаимоотношений. Здесь важна фокусировка на умения высказывать свои мысли и чувства, нацеленность на укрепление психического здоровья учащихся.

На встрече «Коммуникация и ее границы» [8], где также акцентируется освоение различных коммуникативных стилей и понимание принципов содержательной коммуникации. Например, студентов обучают выражать свои желания и потребности, деликатно, но настойчиво отстаивать их для того, чтобы взаимоотношения оставались содержательными.

Мероприятие «Любовь & Война: укрепите ваши отношения» [9], ориентируется на аналогичные темы, но в их фокусе – обсуждение примеров личных взаимоотношений. Так, ведущие разъясняют аудитории, как понимание коммуникативных стилей собеседников и умение пользоваться ими могут помогать в укреплении общения, в сохранении статуса уважительного собеседника в конфликте, разрешении его вербально, без перехода на личности и крупномасштабных негативных эмоций.

Весьма актуальна подготовка будущих выпускников в плане успешной коммуникации на рабочем месте. Беседы по проблеме «Эффективная коммуникация на рабочем месте» [10] связаны с обучением навыкам профессионального общения с представителями вышестоящих инстанций и общению с коллегами наравных.

Еще одним направлением развития коммуникативных навыков является обращение к тому, как слушать и слышать собеседника, а не только высказываться самому и выражать свою точку зрения. Так, на мероприятии «Коммуникация – это ключ ко всему» [11] практикуются навыки эффективной коммуникации: помимо совершенствования умений слушать и понимать, студентов учат выявлять коммуникативные ловушки, которые могут использовать собеседники, в результате чего обмен мнений может перерасти в ссору. Организаторы подчеркивают, что они уделяют большое внимание тому, чтобы учащиеся умели успешно общаться в любой, даже самой конфликтной ситуации.

В канадском университете McGill популярна встреча «Активное слушание» [12], где учащиеся отрабатывают свои навыки общения благодаря умению активного слушания, что позволяет учитывать позиции адресата, а также прогнозировать возможные реакции на сообщаемое.

Таким образом, обзор внеаудиторных мероприятий свидетельствует о безусловном интересе западных университетов к развитию у своих студентов навыков ассертивной коммуникации, благодаря которым учащиеся могут взаимодействовать с собеседниками в уважительной, уверенной, но и настойчивой манере, когда общение становится взаимовыгодным.

Итак, весьма важное направление обучения коммуникативным навыкам студентов – разъяснение ценности коммуникации в ситуации управления стрессом и предупреждения всякого рода конфликтов в любых жизненных сферах; обучение пониманию и прогнозированию коммуникативного поведения собеседника через развитие навыка активного слушания. Считаем перспективным внедрять опыт зарубежных коллег в практику внеаудиторного взаимодействия с белорусскими студентами-бакалаврами.

Библиографический список

1. Communication and Confrontation. California State Univeristy San Bernardino [Electronic resource]. URL: <https://www.csusb.edu/caps/health-and-wellness-workshop-library>.

2. Building Assertiveness and Confidence. University of Hetfordshire [Electronic resource]. URL: <https://ask.herts.ac.uk/understanding-mental-health-training-and-awareness>.

3. Assertive Communication: problems and challenges. University of Liverpool [Electronic resource]. URL: <https://news.liverpool.ac.uk/2021/11/01/new-mental-health-and-wellbeing-workshop-series-launches/>.

4. Communication Skills for Effective Relationships. University of Adelaide [Electronic resource]. URL: <https://www.adelaide.edu.au/graduate-research/career-development/workshops/mental-health-and-well-being-series>.

5. Building Trust and Effective dialogues. California Polytechnic University [Electronic resource]. URL: <https://chw.calpoly.edu/counseling/emotional-wellbeing-workshops>.

6. Counseling Services. New York University. [Electronic resource]. URL: <https://www.nyu.edu/students/health-and-wellness/services/counseling-services/wellness-workshops.html>.

7. Empowerment through Expression workshop. University of Berkley. [Electronic resource]. URL: <https://uhs.berkeley.edu/mental-health/learn/mental-health-workshops-events>.

8. Communication and its Boundaries. California State University San Bernardino [Electronic resource]. URL: <https://www.csusb.edu/caps/health-and-wellness-workshop-library>.

9. Love&War: protect your relationship. California State Univeristy San Bernardino [Electronic resource]. URL: <https://www.csusb.edu/caps/health-and-wellness-workshop-library>.

10. Effective communication on the workplace. California State Univeristy San Bernardino [Electronic resource]. URL: <https://www.csusb.edu/caps/health-and-wellness-workshop-library>.

11. Communication is Key. California State Univeristy San Bernardino [Electronic resource]. URL: <https://www.csusb.edu/caps/health-and-wellness-workshop-library>.

12. Active Listening. McGilluniversity [Electronic resource]. URL: <https://www.mcgill.ca/wellnesshub/getsupport/mentalhealthsupport/workshop>.

УДК 378:17:159.923

Человеческое, слишком человеческое: методологические основания преподавания дисциплины «Этика государственного и муниципального управления»

Цветкова О.Л., канд. пед. наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. Статья посвящена методологическому переосмыслению преподавания этики через призму философии Фридриха Ницше, в частности его работы «Человеческое, слишком человеческое».

Ницшеанская критика универсальных моральных истин и идея «свободного ума» предлагают продуктивную альтернативу классическим догматическим подходам. Вместо трансляции готовых норм предлагается фокус на критическом анализе исторических и психологических оснований морали. Это превращает этику из свода догм в живую дисциплину, воспитывающую нравственную автономию и ответственность. В работе рассматриваются конкретные педагогические методы, реализующие этот подход, а также его потенциальные риски и вызовы.

Ключевые слова: этика, преподавание этики, «свободный ум», мораль, Ницше

Human, Too Human: Methodological Foundations of Teaching the Discipline "Ethics of Public and Municipal Administration"

*Tsvetkova O.L., PhD (Pedagogical), Associate Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article is devoted to a methodological rethinking of ethics teaching through the lens of Friedrich Nietzsche's philosophy, particularly his work "Human, All Too Human." The author argues that the Nietzschean critique of universal moral truths and the concept of the "free spirit" offer a productive alternative to classical dogmatic approaches. Instead of transmitting ready-made norms, the focus shifts to a critical analysis of the historical and psychological foundations of morality. This transforms ethics from a set of dogmas into a living discipline that fosters moral autonomy and responsibility. The paper examines specific pedagogical methods for implementing this approach, as well as its potential risks and challenges.

Keywords: ethics, teaching ethics, "free mind", morality, Nietzsche

Преподавание дисциплин этического цикла традиционно сталкивается с уникальным вызовом: это не просто передача знаний, а попытка воздействовать на духовно-нравственные основы личности, ее мировоззренческие и жизненные установки. В то время как классические подходы часто делают акцент на изучении универсальных моральных кодексов и исторических этапов этической мысли, современная педагогика ищет новые пути. Философия Фридриха Ницше, а именно его работа «Человеческое, слишком человеческое: книга для «свободных умов», предлагает неожиданно продуктивную методологическую оптику

для переосмысления задач и методов преподавания этики, в частности дисциплины «Этика государственного и муниципального управления».

«Человеческое, слишком человеческое» - книга-размышление, знаменующая поворот немецкого философа от метафизики к «трезвому» научному взгляду, четко и недвусмысленно провозглашает: все, что считалось возвышенным — мораль, религия, искусство — имеет земное, «человеческое, слишком человеческое» происхождение, обусловленное психологией, историей, ожиданиями, потребностями людей [1].

Ницше в своей работе подвергает сомнению саму возможность существования вечных и неизменных моральных истин. Он утверждает, что моральные нормы и ценности не являются универсальными, а зависят от конкретных исторических и культурных контекстов, проистекая из инстинктов и социальных условий. Этот скептический взгляд никоим не должен вести к проявлениям цинизма в процессе преподавания этики. Напротив, он может служить мощным педагогическим инструментом, способствующим постижению этой великой философской дисциплины.

От догмы к анализу. Вместо того чтобы предлагать студентам готовый набор «правильных» ответов, преподаватель может строить курс вокруг критического анализа самих оснований морали. Это позволяет сместить фокус с вопроса «Какие нормы нужно соблюдать?» на вопросы «Почему эти нормы считаются обязательными?», «Чьи интересы они отражают?» и «Как они менялись в истории?». Такой подход превращает этику из свода догм в живую, развивающуюся дисциплину.

Преодоление разрыва между теорией и практикой. Понимание того, что мораль — продукт человеческой культуры, а не божественного откровения, позволяет студентам увидеть ее связь с реальными жизненными ситуациями, политикой, правом, управлением. Это помогает преодолеть абстрактность этического знания и показывает его непреходящую актуальность для анализа современных проблем, будь то вопросы социальной справедливости, биоэтики или профессионального поведения.

Идеал «свободного ума» как цель обучения. Центральной фигурой книги Ницше является «свободный ум» — мыслитель, который освободился от оков традиционной морали, метафизических верований и общественных предрассудков. Ницше описывает становление такого ума как болезненный, но необходимый «великий разрыв» с прошлыми убеждениями, который открывает путь к интеллектуальной независимости и «воле к самоопределению».

В контексте образования эта метафора обретает новое звучание. Целью преподавания этики становится не формирование «удобного» и послушного носителя готовых норм, а воспитание самостоятельной, нравственно автономной личности, способной к критическому мышлению и выработке собственной, ответственной позиции. Такой подход требует от преподавателя выполнения нескольких сложных задач:

- создание условий для «великого разрыва» — интеллектуального потрясения, которое заставляет студента усомниться в привычных истинах и начать самостоятельный поиск;
- развитие навыков аргументации и этической дискуссии, чтобы студент мог не только иметь мнение, но и обоснованно его защищать, уважая при этом позицию оппонента;
- формирование практической мудрости (аристотелевское понятие «*phronesis*») для анализа конкретных нравственных ситуаций и собственного морального выбора в контексте высших ценностей.

Как же эти методологические основания воплощаются в практических образовательных технологиях? Ключевым принципом является отказ от репродуктивных методов в пользу тех, что активизируют мышление, делают студента субъектом учебного процесса и обеспечивают рождение познавательных мотивов и интересов.

В таблице 1 представлены некоторые из таких методов, непосредственно вытекающие из ницшеанского подхода.

Существуют определенные вызовы и ограничения ницшеанского подхода. Интеграция методологии Ницше в преподавание этики сопряжена с определенными рисками и требует от преподавателя соответствующей квалификации.

Критика универсальных основ морали может быть понята студентами как разрешение на полный моральный релятивизм и вседозволенность. Задача преподавателя — не разрушить мораль как таковую, а помочь студенту перейти от гетерономной (навязанной извне) морали к автономной, основанной на глубоком личном выборе и ответственности.

Как отмечается в исследованиях, современная система образования, ориентированная на количественные показатели и постоянную структурную перестройку, зачастую препятствует глубокому и целостному освоению гуманитарных дисциплин. Для реализации описанных подходов необходимо время и гибкость учебных программ, что часто противоречит существующим административным требованиям [2].

«Великий разрыв» — это не только интеллектуальный, но и эмоционально трудный процесс. Преподаватель должен создать в аудитории доверительную и поддерживающую атмосферу, чтобы сомнения и поиск студентов не приводили к мировоззренческому тупику или отчуждению.

Таблица 1. Методы формирования «свободных умов»

Метод/ Технология	Сущность метода в преподавании	Соответствие идеям Ницше
Проблемное обучение	Систематическое создание проблемных ситуаций и организация деятельности учащихся по их распознаванию, анализу, решению	Создает интеллектуальный вызов, «великий разрыв», заставляющий подвергнуть сомнению привычное
Исследовательские и проектные технологии	Самостоятельная исследовательская или творческая работа учащихся по этической тематике (мини-проекты о семейных традициях или истории моральных понятий)	Воплощение «воли к самоопределению» и самостоятельному поиску, путь «свободного ума», освобождение от стереотипности и косности мышления
Игровые технологии (ролевое моделирование, проигрывание ситуаций)	Воссоздание и усвоение общественного опыта в условиях игровых ситуаций, позволяющее взглянуть на проблему с разных точек зрения	Демонстрирует условность и «человечность» моральных коллизий, позволяет экспериментировать с ценностями.
Групповая дискуссия и диалог	Организация обсуждений, в которых студенты учатся аргументировать свою позицию, слушать других и разрешать конфликты	Развивает культуру этического диалога, необходимую свободному уму, существующему не в вакууме, а в сообществе.
Междисциплинарный подход	Интеграция этического знания с историей, психологией, правом и философией для формирования целостного представления	Показывает мораль как сложный, обусловленный разными факторами феномен, а не как набор изолированных догм.

Обращение к глубине «Человеческого, слишком человеческого» позволяет вывести преподавание этики на новый уровень. Отказавшись

от претензий на обучение «вечным истинам», преподаватель получает возможность сделать курс по-настоящему современным и жизненным. Этика превращается не в школу запоминания правил, а в школу «мужества мыслить», где студенты учатся самостоятельно рассуждать, смело сомневаться и ответственно выстраивать свою собственную траекторию в мире морали.

Такой подход не упрощает моральный выбор, а, напротив, усложняет его, возлагая всю тяжесть ответственности на самого человека. Но именно в этом и состоит путь к взрослой, зрелой и свободной личности — той, что способна сказать «да» жизни со всей ее сложностью и противоречивостью, найдя в себе силы и мудрость для создания собственных ценностей и следование им.

Библиографический список

1. Ницше Ф. Человеческое, слишком человеческое: книга для свободных умов / Фридрих Ницше; [науч. ред. К.А. Свасьян; пер. С.Л. Франк]. – М.: Академический проект, 2007.

2. Мокрицкая Е.А. О проблеме этического образования студентов университета // Современные наукоемкие технологии. 2018. № 4. С.179-183.

УДК 378.14

Внедрение электронных курсов в образовательный процесс высших учебных заведений Ярославской области по материалам анкетирования

Страхова Н.В., канд. ист. наук

*Государственное автономное учреждение дополнительного образования
Ярославской области «Институт развития образования»*

Кургузов В.С., студент

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. В статье речь пойдет об отношении преподавателей и студентов ярославских вузов к электронным курсам. Будут представлены результаты анкетирования, проведенного весной 2025 года ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, ЯрГУ им. П.Г. Демидова, ЯГМУ и ЯГТУ. Проанализированы представления респондентов о сильных и слабых сторонах электронных курсов. Особое внимание авторы уделяют недостаткам электронного обучения с использованием дистанционных

образовательных технологий.

Ключевые слова: Электронные курсы, ярославские вузы, преподаватели, студенты

Implementation of electronic courses in the educational process of higher educational institutions of the Yaroslavl region based on survey data

Strakhova N.V., PhD(History)

The State Autonomous Institution of Additional Education of the Yaroslavl Region «Institute for the Development of Education»

Kurguzov V.S., student

Yaroslavl State University named by P.G. Demidov

Abstract. This article discusses the attitudes of teachers and students at Yaroslavl universities toward e-learning courses. The results of a survey conducted in the spring of 2025 by Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky, Yaroslavl State University named after P.G. Demidov, Yaroslavl State Medical University, and Yaroslavl State Technical University will be presented. Respondents' perceptions of the strengths and weaknesses of e-learning courses are analyzed. The authors will pay particular attention to the shortcomings of e-learning using distance learning technologies.

Keywords: E-learning courses, Yaroslavl universities, teachers, students

Современное российское общество стремительно развивается в условиях цифровизации, что оказывает определяющее влияние на все сферы жизни, включая образование. Наблюдается активное внедрение электронных курсов в образовательный процесс высших учебных заведений, что открывает новые горизонты для обучения и повышения качества образовательных услуг. К 2024 г. в России накоплен и осмыслен опыт перевода на онлайн обучение. Проработана терминологическая база: в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» (ст. 16. Реализация образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий) под электронным обучением понимается «организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных

сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников», под дистанционными образовательными технологиями понимаются «образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников» [1]. Сейчас появилось большое количество исследований, посвященных электронному обучению с ДОТ, изучен потенциал и границы такого обучения, его мотивационные особенности [2;3;4].

Авторами весной 2025 г. проводилось исследование внедрения электронных курсов в образовательный процесс вузов региона, в рамках которого состоялось анкетирование (онлайн) преподавателей и студентов следующих вузов: Ярославский государственный медицинский университет (ЯГМУ), Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова (ЯрГУ), Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского (ЯГПУ), Ярославский государственный технический университет (ЯГТУ). Эти ярославские учебные заведения активно внедряют электронные курсы в свою деятельность, что позволяет адаптироваться к современным требованиям. Респондентами исследования выступили 38 преподавателей и 196 студентов. Среднее время, необходимое для заполнения анкеты, составляет 10–15 мин. Анкеты составлялись на основании материалов анкет для преподавателей и студентов Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, Воронежского государственного университета, Московского государственного психолого-педагогического университета. Анкета для преподавателей включала 14 вопросов, для студентов – 16. Вопросы в анкете были разделены на 4 категории: имеющие единственный выбор, множественный выбор, открытые, которые предусматривали возможность краткого ответа путем вписывания своего варианта, и паспортные вопросы в конце списка.

На основании полученных данных был сделан ряд выводов. Во-первых, в вузах Ярославской области разработка электронных курсов активно осуществляется с учетом современных методик и подходов. Преподаватели используют различные форматы контента: чаще всего в ответах присутствуют видео-уроки, презентации, интерактивные задания и тесты, что позволяет сделать обучение более разнообразным и интересным для студентов. Также, преподаватели писали о привлечении открытых онлайн - курсов, записанных видео-лекций и электронных

конспектов. Электронные курсы часто интегрируются с традиционными формами обучения, применение смешанного обучения (blended learning) позволяет сочетать очные занятия с онлайн-курсами, что способствует более глубокому усвоению материала, используются системы управления обучением (LMS), такие как Moodle и Blackboard. Для проведения лекций и семинаров базовыми являются платформы для видеоконференций такие Zoom и Microsoft Teams, что позволяет преподавателям взаимодействовать со студентами в реальном времени, несмотря на физическое расстояние. В ЯГТУ реализована программа «Цифровой университет», которая направлена на развитие цифровых компетенций у студентов и преподавателей. В рамках этой программы разработаны электронные курсы по инженерным дисциплинам, которые успешно интегрированы в учебный процесс. В ЯРГУ им. П.Г. Демидова реализуется программа «Цифровые кафедры», направленный на формирование компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности. В рамках программы обучение могут пройти студенты очной (очно-заочной) формы обучения университетов - участников программы «Приоритет – 2030» и университетов, с которыми университеты - участники программы заключили договор. На базе ЯГПУ им. К.Д. Ушинского проводится программа «Технопарк универсальных педагогических компетенций». Технопарк открыт в рамках комплексной программы по модернизации и стратегическому развитию педагогических вузов «Учитель будущего поколения России» при поддержке Министерства просвещения России.

На основании проведенного опроса среди преподавателей было выявлено, что 47% из них пользовались цифровыми курсами в своей работе. В среднем цифровые технологии задействовались для проведения семинарских занятий, проведения лекций и для записи видео-лекций. Сами преподаватели посещают около 4 онлайн курсов в год и по всем завершают обучение. 37% преподавателей из числа опрошенных принимали участие в создании электронных курсов. При этом 47% процентов из числа опрошенных преподавателей считают, что вводить электронные курсы в процесс обучение нужно, 33% полагают, что это скорее нужно, чем нет, 30% считает, что это не является нужным. 48% преподавателей посчитали, что электронное образование повлияло на результаты студентов позитивно, 32% не увидели изменений, а 30% считает, что это негативно сказывается на качестве образования.

Если брать опрос студентов, то пользовались электронными ресурсами 100% из числа респондентов, в основном, для саморазвития,

подготовки к экзаменам и зачетам, а также в рамках изучения обязательных основных дисциплин и курсов. В среднем студенты записываются на 10 электронных курсов в течение года, но заканчивают не все. 60% опрошенных считают, что электронные курсы положительно влияют на образование, 30% - не видят различия и 10% - видят отрицательное влияние. К положительным эффектам студенты относят – отсутствие потерь времени на поездку до учебы и возможность тратить это время рационально, также выделяют возможность получения моментального фидбека на онлайн лекциях. Из отрицательного выделяют невозможность подключения из-за технических проблем и отсутствие живого общения.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Ярославской области электронные курсы используются как преподавателями, так и студентами. Преподаватели чаще всего обращаются к видеозаписям лекций, студенты, в основном, используют электронные курсы для саморазвития и подготовки к экзаменам. Опрос показал, что успешное внедрение электронных курсов в образовательный процесс требует не только технической модернизации, но и изменения подходов к обучению и оценке, а также активного вовлечения всех участников образовательного процесса. Важно создать условия для эффективной интеграции электронного обучения, что позволит не только повысить качество образования, но и сделать его более доступным для всех студентов. В будущем следует продолжать исследовать и анализировать опыт внедрения электронных курсов, чтобы находить оптимальные решения для преодоления существующих проблем и повышения эффективности образовательного процесса в высших учебных заведениях.

Библиографический список

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Анализ цифровых образовательных ресурсов и сервисов для организации учебного процесса школ / И.А. Карлов, Н.М. Киясов, В.О. Ковалев, Н.А. Кожевников, Е.Д. Патаракин, И.Д. Фрумин, А.Н. Швиндт, Д.О. Шонов. - М.: НИУ ВШЭ, 2020. 72 с.
3. Год на дистанте: с какими трудностями столкнулись студенты и чему нас научил массовый переход в онлайн // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. - М.: НИУ ВШЭ, 2021.

4. Гюльбякова Х.Н., Масловская Е.А. Электронная форма обучения: особенности и перспективы // Современные проблемы науки и образования. 2018. № 4. С. 49–55.

УДК 37.026

Роль коммуникативных практик в обеспечении психологического благополучия обучающихся на основе системно-деятельностного подхода

Уланова Г.А., проректор

ГАУ ДПО ЯО «Институт развития образования»,

преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена проблемам гуманизации образования и обеспечению психологического благополучия обучающихся в современных условиях цифровизации и возросшей учебной нагрузки. Рассмотрены теоретические основы системно-деятельностного подхода как методологической базы дидактики, акцентирующей внимание на активной деятельности и коллективном способе обучения. Представлена модель дидактической системы, ориентированной на поддержку психологического комфорта студентов, и предложены практические приемы, основанные на позитивной психологии и коммуникативных технологиях, направленные на снижение тревожности и повышение мотивации. Особое внимание уделено роли педагога как модератора и наставника.

Ключевые слова: гуманизация образования, психологическое благополучие, системно-деятельностный подход, мотивация, коммуникация

The Role of Communicative Practices in Ensuring the Psychological Well-Being of Students Based on the System-Activity Approach

Ulanova G.A., vice-rector

Institute for Educational Development,

lecturer

Abstract. The article addresses the challenges of modern education amid digitalization and increased workload, focusing on the humanization of education and psychological well-being of students. It discusses the theoretical foundations of the system-activity approach as a methodological basis that emphasizes active learning and collaborative forms of education. A didactic system model aimed at supporting students' psychological comfort is presented, along with practical techniques based on positive psychology and communication strategies to reduce anxiety and boost motivation. The role of the teacher as a moderator and mentor is highlighted. Implementing these methods requires a thoughtful approach that considers individual student needs and subject specifics.

Keywords: humanization of education, psychological well-being, system-activity approach, motivation, communication

Современное образование переживает серьезные изменения под влиянием цифровизации, увеличения нагрузки и высокого уровня стресса, что вызывает снижение мотивации и ухудшение психологического состояния обучающихся. В литературе все больше внимания уделяется гуманизации образования, ориентированной на личность и психологический комфорт студента. Как отмечает И.С. Якиманская, важно учитывать индивидуальные различия обучающихся для создания психологически комфортной среды [7]. А.В. Хуторской выделяет активное обучение, где студент является субъектом познавательной деятельности, что способствует повышению мотивации [6].

Современные исследования указывают, что психологическое благополучие в образовании связано с удовлетворенностью учебным процессом, поддержкой и позитивными коммуникациями, а также с низким уровнем тревожности и стрессов. Факторами, влияющими на благополучие, являются социальная поддержка, отношения в коллективе, адекватное оценивание, поддержка педагогов и родителей [4]. При этом системно-деятельностный подход рассматривается как эффективная база для построения дидактической системы, обеспечивающей психологическое благополучие, акцентируя внимание на активной учебной деятельности и коллективных формах обучения.

Остановимся на теоретических основах системно-деятельностного подхода и психологического благополучия.

Системно-деятельностный подход предлагает рассматривать обучение как совместную деятельность преподавателя и студента, в которой знания не просто передаются, а конструируются обучающимися в процессе активного поиска решений [1, 2]. Особенно важна групповая форма обучения, где каждый студент выступает одновременно и как обучаемый, и как обучающий.

Психологическое благополучие определяется как состояние удовлетворенности учебной, наличие позитивных эмоций, мотивации и адекватной самооценки, при низком уровне тревожности и депрессии [8]. А.А. Марголис выделяет социальную поддержку, учебную нагрузку, отношения с преподавателями и сверстниками, а также способы оценивания как ключевые факторы благополучия [3]. Современные теории подчеркивают роль автономии, компетентности и сопричастности в достижении благополучия обучающихся.

Рассмотрим модель дидактической системы, ориентированной на обеспечение психологического благополучия [5].

Модель основывается на принципах гуманизации, индивидуализации, сотрудничества, а также рефлексии и самооценки. Цели обучения включают развитие личности и ключевых компетенций при поддержке психологического комфорта. Содержание учитывает интересы и возрастные особенности, применяются активные и интерактивные методы, игровые технологии, а оценивание строится на критериях, самооценке и взаимооценке. Роль педагога меняется: он модерирует процесс, использует формирующее оценивание, наставничество, активные формы и групповые работы, создавая максимально поддерживающую атмосферу.

Представим рекомендации по практическому использованию модели в образовательном процессе.

Для снижения тревожности и повышения мотивации предлагается использовать прием «Лестница целей»: студенты ставят цели на год и планируют выполнение заданий, затем проводят рефлексию и корректируют планы [5]. Такой прием формирует ответственность за свой учебный результат и стимулирует осознанное планирование учебной деятельности. Внедрять прием рекомендуется постепенно, начиная с одной практики и расширяя ее.

На основе позитивной психологии полезны следующие приемы:

- «Минутная пауза» – самостоятельное выполнение задания перед работой в паре или группе снижает тревожность. Это помогает сосредоточиться, уменьшить внутреннее напряжение и повысить уверенность перед групповой работой.

- «Принцип сэндвича» – при взаимной проверке сначала выделяются успехи, затем отмечаются ошибки с рекомендациями, и в конце – похвала. Такая структура обратной связи сохраняет мотивацию и помогает воспринимать критику конструктивно.

- «Поиск сильных сторон» – выделение и использование сильных сторон учащихся для повышения мотивации. Это способствует формированию позитивной самооценки и уверенности в своих возможностях.

- «Взаимотренаж» – попеременное выполнение ролей «учителя» и «ученика» при выполнении задания снижает напряжение. Такой прием развивает коммуникативные навыки и умение объяснять материал, укрепляя командный дух [5].

Для улучшения коммуникации на занятии можно использовать:

- «Активное слушание» – при освоении понятий студенты работают в парах: один объясняет, другой задает вопросы на понимание услышанного, перефразирует и приводит пример, затем меняются ролями. Данный прием развивает навыки внимательного восприятия и умения выстраивать диалог.

- «Правила конструктивной критики» – заранее устанавливаются правила, чтобы критика была уважительной, конкретной, конструктивной и не переходила на личности. Это создает безопасное пространство для обмена мнениями и способствует позитивному взаимодействию.

Для повышения вовлеченности и мотивации студентов стоит включить:

- «Дай пять» – прием для установления контакта, повышения внимания и вовлеченности обучающихся. Такой жест помогает быстро сфокусировать внимание группы и создает позитивный настрой на работу.

- «Стимулирующий вопрос» – прием, способствующий стимулированию интереса и вовлеченности обучающихся через постановку вопроса, который побуждает к размышлению и обсуждению. Это активизирует мыслительную деятельность и делает занятие более интерактивным.

Современные вызовы в образовании, связанные с цифровизацией и ростом учебной нагрузки, требуют переосмысления дидактических

подходов в сторону гуманизации и поддержки психологического благополучия обучающихся. В этом контексте системно-деятельностный подход представляет собой эффективную методологическую основу, акцентирующую внимание на активной деятельности и коллективном обучении. Практические приемы, основанные на позитивной психологии и коммуникативных технологиях, способствуют снижению тревожности, повышению мотивации и формированию комфортной среды для учебы. Роль педагога в такой модели меняется – он становится модератором, наставником и партнером, способствующим развитию личности каждого студента. Внедрение описанных методов требует последовательного и осознанного подхода, учитывающего индивидуальные особенности обучающихся и специфику дисциплины. Таким образом, интеграция системно-деятельностного подхода и коммуникативных приемов открывает новые перспективы для создания инклюзивного, мотивирующего и психологически безопасного образовательного пространства.

Библиографический список

1. Асмолов А.Г., Бурменская Г.В., Володарская И.А. и др. Как проектировать универсальные учебные действия в начальной школе. От действия к мысли: пособие для учителя. - М.: Просвещение, 2008. 152 с.
2. Котова С.К. Системно-деятельностный подход в реализации ФГОС НОО // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 19. С. 37–41.
3. Марголис А. А. и др. Психологическое благополучие школьников: от теории к практике // Психологическая наука и образование, 2020. № 25(5). С. 5–17.
4. Солдатова Г.В., Шингаев С.М. Современные исследования психологического благополучия субъектов образования // Психология человека в образовании. 2024. № 3.
5. Уланова Г.А. К становлению новой дидактики через обеспечение психологического благополучия обучающихся // Необходимость и неизбежность становления новой образовательной действительности: материалы Всероссийской научно-методической конференции. - Красноярск, 2025. С. 56–60.
6. Хуторской А.В. Дидактическая эвристика. Теория и технология креативного обучения. - М: Изд-во МГУ, 2003. 416 с.
7. Якиманская И.С. Требования к учебным программам, ориентированным на личностное развитие школьников. Вопросы психологии. № 2. С. 34–47.

8. Ryff C. D. Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. Journal of Personality and Social Psychology, 1989. № 57(6), P. 1069–1081.

УДК 378.14

Влияние локального пространства на образовательные результаты: урок в музее

Страхова Н.В., канд. ист. наук

*Государственное автономное учреждение дополнительного образования
Ярославской области «Институт развития образования»*

Лукьянчикова Н.В., канд. филол. наук, доцент

*Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского*

Аннотация. В статье речь пойдет об отношении школьников и студентов ярославских вузов к посещению музеев в учебных целях. Будут представлены результаты анкетирования, проведенного в течение 2024 года среди ярославских школьников и студентов ярославских вузов. Проанализированы представления респондентов о специфике учебной деятельности в пространстве музея. Особое внимание авторы уделяют особенностям музейного урока как образовательной технологии.

Ключевые слова: музейный урок, образовательное пространство, преподаватели, школьники, студенты

The Impact of Local Space on Educational Outcomes: A Lesson in the Museum

Strakhova N.V., PhD(History)

*The State Autonomous Institution of Additional Education of the Yaroslavl
Region «Institute for the Development of Education»*

Lukyanichikova N.V., PhD (Philologic), Associate Professor

Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. This article examines the attitudes of schoolchildren and university students in Yaroslavl toward visiting museums for educational purposes. The results of a survey conducted among schoolchildren and university students in Yaroslavl in 2024 will be presented. The authors analyzed respondents' perceptions of the specifics of educational activities in a

museum setting. They focused on the characteristics of the museum lesson as an educational technology.

Keywords: museum lesson, educational space, teachers, schoolchildren, students

Значительную роль в профессиональном становлении студентов и предпрофессиональном выборе школьников играет процесс социализации и инкультурации – включения обучающихся в жизнь и проблемы того сообщества, в котором предполагается дальнейшая трудовая деятельность. Авторами в течение ряда лет проводятся наблюдения над проблемами гражданского становления студентов и развития социальных навыков школьников, отраженные в ряде научных публикаций [Страхова Н.В., Лукьянчикова Н.В., 2024]. Современное российское общество, стремительно меняющееся в короткие временные интервалы, требует вовлеченности в будущую профессиональную деятельность уже на уровне получения образования. Специалисты, анализируя психологические и организационные особенности институтов образования и культуры, фиксируют консервативность, восприятие труда как служения, максимально приближенного к миссионерству. Насколько успешно происходит (происходила) социализация и инкультурация будущих специалистов можно проследить по материалам опросов, проведенных среди обучающихся 10–11 классов и студентов 1–2 курсов ярославских вузов. Было изучено мнение свыше 300 десяти – одиннадцатиклассников, около 50 студентов. Причем, в рамках данной группы мнение 15 человек о влиянии новых пространств на профессиональное самоопределение отслеживалось в 10–11 классах и на первых двух курсах университета.

Школьникам 10–11 классов, с которыми шла работа в рамках городской программы «Открытие» (семинары по истории), было предложено ответить на вопросы, посвященные ярославским музеям, нарисовать образ музея. Выяснилось, что почти 90% школьников не могут правильно назвать музеи города, описывают их признаки, не разделяют территориально близкие музеи (Музей истории города и Ярославский Художественный музей), храмовые комплексы для старшеклассников не являются структурными подразделениями музея. Ответы объединены практически детским восприятием: были в музее в школе, в 3–5 классах с учителем, меньше 5% рассказывают, что с родителями или сами по рекомендации учителя истории. Характеризуя экспозиции, отмечают: «висели какие-то картины», «непонятное

оружие», отдельные музейные экспонаты не фиксируются. Когда речь идет о понравившемся – самый частый ответ – «затрудняюсь», на противоположный – спектр от «Много ходили», «Долго стояли», «Ничего не помним», «Быстро бегали» до «Устали», «Слишком много говорил экскурсовод», «Скучно бубнил». Визуализация музея традиционна – здание с колоннами, выполненное чаще всего ручками черного и синего цветов (был предложен набор – ручки 4-х цветов, цветные карандаши и фломастеры, простые карандаши). Несколько отличаются представления о Государственном литературно-мемориальном музее-заповеднике Н.А. Некрасова «Карабиха». Из опрошенных школьников в этом музее были практически все (273 человека), больше половины – неоднократно в 1, 4–5 классах, 7–8 классах. В ответах появляются названия экспозиций – «Музей дедушки Мазая» (1, 4, 5 классы), «барский дом» в 7–8 классах. Как правило, сообщают о поездках с классным руководителем, учителем литературы, учителем истории, в городском лагере. Из запомнившегося говорят о Рождественских праздниках в музее, елках, отмечают катание на лошадях, чаепитие. Некоторые школьники с родителями посещали традиционный Всероссийский Некрасовский праздник поэзии, проводящийся в музее в первую субботу июля (пишут о погоде и количестве людей). Отличается и визуализация – река, усадьбу с парком.

Первокурсники отвечают практически так же, как школьники. Отличия присутствуют лишь там, где речь идет о корректном названии музеев. Студенты¹ курса иначе рисуют образ музея: только конкретные ассоциации, рисунки делались ручкой и простым карандашом, присутствуют посетители с распухшими, окровавленными головами и т.п. В целом следует отметить безразличие, отсутствие позитивной эмоциональной окраски по отношению к музею. Иногда присутствует агрессия по отношению к музею (закрытые окна, штриховка).

Некоторые изменения в восприятии музея наблюдаются у второкурсников: появляются ассоциации с музеем как некой символической средой (среди рисунков – круг со вписанными фигурами (спирали, звезды). По-прежнему сохраняется агрессивное восприятие (штриховка), но дополнением становится отношение к музею как к миру загадок, непознанного. Появляется использование цветных маркеров, доминируют красный, оранжевый, меньше – зеленый и голубой цвета рисунков, изредка – маркеры с блестками, усложняется структура символического изображения (соединенные друг с другом круги, спирали, буквы музей, поднимающаяся вверх лестница). Таким образом,

мы наблюдаем как постепенно развивается восприятие эстетики музея, ломаются школьные стереотипы.

Интересные выводы были сделаны при работе с 15 ребятами, которые сначала опрашивались на семинаре «Открытие» (на протяжении 2 лет), а затем на 1–2 курсах. В рамках первого опроса ответы были типичны, в 11 классе фиксируются первые изменения: ребята рассказывали о Ярославском художественном музее, его подразделениях, экспозициях, что можно объяснить работой в музее в рамках семинара с одним экскурсоводом – Викторией Викторовной Горшковой. Соответственно, в 11 классе в рамках семинара посещался ЯГИАХМЗ – встречаются упоминания «Слова о полку Игореве» и «Ярмарки». Одиннадцатиклассники описывали и Ярославский художественный музей, и ЯГИАХМЗ, и Музей истории города, и Государственный литературно-мемориальный музей-заповедник Н.А. Некрасова «Карабиха». Визуальный образ музея также отличался: школьники 10–11 класса пытались уйти от конкретики – в рисунках доминировали такие символические изображения, как свеча, книга, перо, колокол; цвета, как правило, ярко-желтый, белый, коричневый, зеленый. Ответы пятерых студентов также отличались от ответов сокурсников: в рисунках символика (круг, перо, спираль), цветные карандаши, желтые, золотые оттенки, зеленый, голубой, белый. Можно говорить об эмоциональном переживании каждого посещения музея, принятии его как неотъемлемой части культуры.

Таким образом, можно наблюдать, как «гений места» меняет восприятие пространства от негативного к позитивному, ориентирует на поиск загадок и символов, включает в пространство культуры. Это, в свою очередь, не может не влиять на успешность обучения.

Библиографический список

1. Лукьянчикова Н.В., Страхова Н.В. Память сквозь века: интегрированные уроки литературы и истории о Великой Отечественной войне // MEMINI ERGO SUM: поэтика и политика памяти как фактор национальной идентичности: коллективная монография / под науч. ред. Е.М. Болдыревой, Чжоу Се. Ярославль: РИО ЯГПУ, 2025. С. 141–148.

2. Страхова Н.В., Лукьянчикова Н.В. Интегрированный урок истории и литературы как способ сохранения исторической памяти // Профессиональное образование и занятость молодежи: XXI век. Гражданственность и патриотизм - фундамент современного общества: Материалы XXIII Международной научно-практической конференции,

Кемерово, 28–29 апреля 2025 года. – Кемерово: Кузбасский региональный институт развития профессионального образования, 2025. С. 345–384.

3. Серафимович И.В. Использование принципов музейной педагогики для развития гражданской идентичности школьников / И.В. Серафимович, Н.В. Страхова // Воспитание современного ребёнка: инновационный поиск: Сборник научных статей учёных и практиков. – М.: Государственный университет просвещения, 2025. – С. 219–223.

УДК 372.881.1

Коммуникативные виды сочинений в начальной школе

Шумкина О.Н., канд. пед. наук, доцент

Государственный университет просвещения, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются виды сочинений, которые направлены на формирование коммуникативных умений младших школьников. Представлены творческие упражнения для уроков русского и английского языка в начальной школе.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативные умения, сочинения, младшие школьники

Communicative types of essays in primary school

Shumkina O.N., PhD (Pedagogics), Associate Professor

State University of Education, Moscow

Abstract. This article examines the types of essays aimed at developing the communicative skills of primary school students. Creative exercises for Russian and English language lessons in elementary school are presented.

Keywords: communication, communication skills, essays, primary school students

В методике обучения сочинениям в начальной школе, основы которой были заложены К.Д. Ушинским, Л.Н. Толстым, И.И. Срезневским, продолжают в трудах Т.А. Ладыженской, М.Р. Львова, М.С. Соловейчик и многих современных ученых-методистов, отмечается и поощряется желание школьников писать самостоятельно. Самостоятельная, индивидуальная творческая работа возможна, если

ученик создает оригинальный текст, решая определенную коммуникативную задачу. Текст сочинения строится по заданной форме, замысел ученику понятен, и его задача – подбирать языковые и речевые средства, наилучшие для достижения поставленной цели. Если его цель реализована, то все его размышления, воплощенные в созданном им тексте, будут восприняты и поняты, причем так, как он задумал. От результата отбора и комбинации языковых средств зависит стиль творческой работы. Учащиеся овладевают спецификой, структурой, языковыми особенностями большого количества видов сочинений.

Сочинение – это учебная работа, упражнение в развитии письменной монологической речи, в построении текста на заданную тему. Сочинение можно определить как высказывание в определенной композиционной форме (речевом жанре). Написать сочинение нельзя «вне определенного жанра» (Т.А. Калганова), в идеальном случае оно должно представлять собой «тематическое, смысловое, структурное, стилевое единство» (Т.А. Ладыженская). Идея жанровой природы высказываний, связи высказывания и факторов речевой ситуации (когда, где и для кого создается текст), выбор авторского намерения в зависимости от ожиданий адресата и построение текста, основанной на индивидуальной опыте ребенка, реализуется в методике обучения сочинениям.

Школьные сочинения разнообразны по стилям и жанрам (насчитывается свыше 40 видов обучающих сочинений). В 1 классе это небольшие устные и затем письменные работы. К 4 классу, по исследованиям Г.А. Бакулиной, в сочинениях учащихся появляется тенденция индивидуального характера содержания и эмоциональной стороны высказывания. При раскрытии одной и той же обозначенной учителями темы сочинения от учащихся требуются индивидуальные наблюдения, собственные впечатления, осмысленные суждения и выводы. Ребенок может так написать, если ему интересно то, о чем он пишет, если он знаком с предметом речи, ему не нужна дополнительная подготовка для воображения и представления. Кроме традиционных для начальной школы сочинений Г.А. Бакулина назвала новые виды самостоятельных творческих письменных работ, не только на необычные темы, но и специфические по структуре. Коммуникативные ситуации и действия в них должны оказаться внутри деятельности общения, подчинены потребности общения.

Некоторые виды сочинений могут быть определены как коммуникативные. Для пишущего текст ученика начальных классов большое значение имеет представление адресата, кому он пишет свое

сочинение. Сочинение (высказывание) становится приближенным к сочинению, адресованном слушателю. Повышается мотивированность школьников рассказывать по теме сочинения, предложенной учителем. К примеру, в сочинении по картине коммуникативный мотив возникает, если создается ситуация, близкая к экскурсионной речи, стимулируется желание детей высказываться о предмете искусства, репродукции картины в учебнике или увиденной картине в музее, привлекается дополнительный материал, искусствоведческие, художественные тексты. В сочинениях по личным впечатлениям поощряются оценочные высказывания, допускаются описания.

В них есть определенный адресат, к кому школьник обращается с речью, а также возможен ответ предполагаемого собеседника и продолжение (создание нового текста). К коммуникативным сочинениям могут быть отнесены: сочинение-импровизация как ответ на вопрос; сочинение-комментарий – комментарий к тексту или фотографии; сочинение-миниатюра – короткое высказывание-реплика на ситуацию, слова из песни и стихотворения.

Особое место занимает сочинение письма. Жанр письма относится к естественной письменной речи, что также важно при обучении сочинениям в школе: обучение сочинениям, востребованным в жизни. В обучении детей сочинению-письму важно показать значимость переписки в жизни людей. Формируются коммуникативные и речевые умения, речевой этикет, культура выражения чувств. Рассмотрение его с позиций социально-коммуникативного подхода предполагает обучение написанию как личных писем, так и открытых писем. Личное письмо представляет собой письменный текст небольшого объема, который предназначен для коммуникативного решения ситуативно обусловленной задачи. Открытое письмо предполагает публичность, доступность для просмотра. Обучение его написанию осуществляется на основе работы с детскими СМИ, детскими журналами и их сетевыми версиями [2].

Г.А. Бакулина называет с точки зрения функциональной заданности такие виды, как: письмо-информация, письмо-поздравление, письмо-пожелание. Каждое письмо имеет отправителя (автора письма) и адресата (получателя). Начало письма включает в себя приветствие и обращение, концовка может содержать вопросы, просьбу, благодарность адресату, обращение к нему и проч. Необходимым элементом является подпись отправителя, дата и место написания письма [1, с. 13].

Упражнения в составлении текстов писем осуществляется не только в учебной деятельности учащихся на уроках русского языка, но и, надо

отметить иногда опережающей работе, на уроках английского языка. Формирование речевой компетенции в говорении и письменной речи писать с опорой на образец поздравление с праздником (составление текста для поздравительной открытки с днем рождения, Новым годом и Рождеством), короткое личное письмо. Поскольку такого рода упражнения представлены в основном заданиями составления текста с опорой на картинку или модель, то формируются такие умения, как использование норм речевого этикета: уметь поздороваться, приветствовать и ответить на приветствие, поблагодарить, извиниться, обратиться с поздравлением и ответить на поздравление и др.

Такой вид творческой работы, как сочинение-записка возможен в рукописном виде и в форме смс-сообщения. Этот вид сочинений важен для ознакомления младших школьников с деловым стилем речи. Он доступен им по тематике и позволяет осуществить работу над ним с большой долей самостоятельности. Объем текста записки небольшой, а в оформлении текста возможны варианты и предполагаемые ответы коммуникантов.

Учитель показывает пример записки. Это может быть и пример записки из художественного текста или жизни. Примеры записок учитель демонстрирует учащимся и задает вопросы: из скольких частей состоит каждая из записок? Назовите части записки по порядку. Что указывается в первой части записки? Какие формы имен употреблены? Можем ли мы сразу понять, кто написал записку, если обращение к сыну, к внуку, в маме? Что содержится во второй части записки? Содержится сообщение: предупреждение, напоминание или просьба? Что составляет третью часть записки? Как написано имя автора записки?

Школьники учатся коротко, точно и с соблюдением правил этикета формулировать речевые высказывания (что в современном обществе весьма актуально), адресованные людям различного возраста, статуса, личных отношений; учатся понимать, что выбор лексики во многом зависит от того, кому адресовано письменное сообщение. Дается представление об обращении в тексте к маме, к другу, к учителю, представление об уместности речи и грамматико-стилистических вариантах употребления глаголов.

Дети имеют представление о том, что в смс-сообщениях, опосредованных мобильным телефоном, может отсутствовать адресат сообщения и, наоборот, их может быть несколько, если рассылка осуществляется в канале или чате, можно использовать функцию быстрой рассылки. Передача смс-сообщения имеет ряд преимуществ, если

невозможно личное общение или есть желание избежать личного общения. Определяющим условием является срочность сообщения и такое же срочное желание получить ответ. Спецификой построения текста электронного сообщения (к ним относятся также пост в социальной сети, email) является ограниченность объема. Необходимость передать максимум информации текста в минимуме знаков учит компрессии текста, которую школьники учатся использовать за счет сокращения обращений, описаний, экономии языковых средств. Хуже, если сообщение пишется без знаков препинания, тексты без пробелов, только заглавными или прописными буквами. Запись текста на бумаге и от руки позволяет «увидеть» такой текст по-другому. На это и направлена основная работа над обучающим сочинением в начальной школе: формирование коммуникативных умений создавать текст и привычки улучшить текст сочинения, желание отредактировать его.

Библиографический список

1. Бакулина Г.А. Обучение сочинению в начальной школе. 4 класс: методическое пособие с примерными конспектами уроков. – М.: ВЛАДОС, 2021. 116 с.
2. Шумкина О.Н. Социально-коммуникативное развитие младших школьников средствами детских СМИ // Социальные отношения. 2021. № 2 (37). С. 25–33.

Молодежная (студенческая) секция

УДК 338.24(476)

Социально-экономические последствия санкционного давления и деглобализации: поиск моделей адаптации национальной экономики

Астапович А.Г., студент

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. В статье рассмотрены социально-экономические последствия санкционного давления и деглобализации для экономики Республики Беларусь. Приведены основные модели адаптации национальной экономики, их содержание и эффективность. Раскрыты перспективные направления формирования новой экономической модели в будущем.

Ключевые слова: санкционное давление, деглобализация, импортозамещение, социально-экономические последствия, модели адаптации

Современная мировая экономика столкнулась с резким усилением санкционного давления, что влияет на функционирование транснациональных производственных цепочек и механизмы международного взаимодействия. Санкции, будучи инструментом политического давления, направлены на ограничение торговых и финансовых возможностей, что создает риски для устойчивости бизнеса и экономики страны в целом.

Воздействие санкций на социально-экономическую сферу носит комплексный и глубокий характер. Обычно санкции вводят для того, чтобы ослабить преимущественные возможности государства, а также для падения объемов импорта, экспорта, снижения котировок на фондовом рынке и оттоку капитала. Курс национальной валюты становится слишком волатильным, возникает риск гиперинфляции. Негативные изменения в экономике ведут к снижению доходов предприятий, падению уровня жизни населения и увеличению показателей безработицы [1].

Воздействие санкционного давления и деглобализации проявляется через систему взаимосвязанных каналов влияния на национальную экономику. На макроэкономическом уровне наблюдается устойчивая тенденция к сокращению доступа к международным финансовым рынкам, что выражается в ограничениях на операции с золотовалютными резервами, затруднениях в проведении международных расчетов и снижении кредитных рейтингов. Это неизбежно ведет к девальвации национальных валют, росту инфляционного давления и сокращению инвестиционной активности. В этом случае появляется необходимость выработки различных стратегий адаптации:

- «сжатие»: сокращение расходов, инвестиций, персонала и ассортимента продукции, ориентируясь на минимизацию убытков в краткосрочной перспективе;
- «инновации»: разработка новых продуктов и технологий, цифровизация, укрепление партнёрства с государством, освоение новых рынков и привлечение талантов, ставя своей целью долгосрочное развитие и повышение конкурентоспособности;
- «переориентация»: изменение направления инвестиций, упрощение продуктовой линейки, освоение новых рынков сбыта, реорганизация

управления и логистики, реализуя политику адаптации к изменяющимся условиям и сохранение рентабельности;

- «трансформация»: корректировка каналов поставок, возможные изменения в управленческих и логистических процессах, приспособляясь таким образом к полной перестройке бизнеса для адаптации к новой реальности [2].

С начала 2020-х годов Республика Беларусь столкнулась с беспрецедентным усилением санкционного давления, которое наложилось на общемировые тенденции деглобализации и регионализации экономических связей. Это потребовало от национальной экономики срочного поиска и реализации эффективных моделей адаптации к новой реальности. Прямые экономические последствия затронули ключевые секторы. Финансовый сектор оказался отключен от глобальных систем: крупнейшие банки, включая Белгазпромбанк, БПС-Сбербанк и другие, были отключены от системы SWIFT, а их активы в юрисдикциях ЕС и США заморожены. Транспортная и логистическая отрасль, являвшаяся важным источником доходов, понесла значительные убытки из-за закрытия воздушного пространства ЕС для белорусских перевозчиков и санкций против Белорусской железной дороги, что привело к практической остановке транзита через порты Литвы [3]. Наиболее чувствительными оказались торговые ограничения: запрет со стороны ЕС на импорт калийных удобрений, нефтепродуктов и древесины лишил Беларусь ключевых экспортных рынков, на которые до 2022 года приходилось до 30% экспорта калийной группы [4].

Это проявилось и в социальной сфере. В 2022 году страна пережила всплеск инфляции, когда индекс потребительских цен по данным Белстата показал рекордный рост, что привело к значительному снижению реальных доходов населения, несмотря на их номинальную индексацию. Следствием стало усиление миграции, особенно среди квалифицированных специалистов и молодежи. Статистические органы соседних стран, таких как Польша и Литва, зафиксировали заметный приток граждан Беларуси, получающих виды на жительство и рабочие визы, что свидетельствует о нарастающей "утечке мозгов". Кроме того, с рынка ушло множество международных брендов, что привело к сокращению ассортимента товаров.

В ответ на эти вызовы белорусскими властями был выработан комплекс адаптационных мер, которые можно свести к нескольким ключевым моделям. Основной и наиболее успешной на данный момент является модель переориентации внешней торговли, или "поворот на

Восток". Доля России в товарообороте Беларуси резко возросла, превысив 60%, что позволило компенсировать часть потерь европейского рынка за счет интеграции в российские цепочки создания стоимости и программ импортозамещения. Второй моделью стало ускоренное импортозамещение и развитие собственных производств в области микроэлектроники, фармацевтики и станкостроения, активно поддерживаемое государственными программами. Третья модель касается адаптации логистики: для экспорта санкционных товаров, таких как калийные удобрения, были налажены схемы через порты России (Усть-Луга, Санкт-Петербург), а также с использованием реэкспорта через третьи страны, такие как Казахстан и Кыргызстан, что значительно увеличило транзакционные издержки [5]. Наконец, была задействована модель финансовой адаптации, включающая перевод расчетов с ключевыми партнерами на национальные валюты и попытки развития альтернативных систем передачи финансовых сообщений как альтернативы SWIFT.

Оценка эффективности этих мер неоднозначна. С одной стороны, они позволили избежать экономического коллапса и обеспечить рост ВВП, который был зафиксирован в 2023 году. С другой стороны, сформировавшаяся модель адаптации содержит серьезные системные риски. Одним из них является углубляющаяся экономическая и технологическая зависимость от России, которая ограничивает суверенитет Беларуси в долгосрочной перспективе. Кроме того, ориентация на выживание, а не на устойчивое развитие, приводит к консервации технологического отставания, росту издержек и долгосрочной уязвимости из-за отсутствия диверсификации партнеров.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что в условиях беспрецедентного санкционного давления и глобальных тенденций деглобализации, Республика Беларусь демонстрирует высокую способность к оперативной адаптации. Сформированная модель, основанная на переориентации внешней торговли на восточные рынки, ускоренном импортозамещении и гибкой перенастройке логистических цепочек, доказала свою краткосрочную эффективность, позволив избежать экономического коллапса и обеспечить восстановление роста. Стратегической задачей на перспективу является эволюция от текущей модели выживания к модели качественного, диверсифицированного роста. Это потребует целенаправленных усилий по инвестированию в человеческий капитал, развитию инновационных, а не только замещающих производств, и поиску новых ниш в формирующейся

системе многополярных экономических связей. Успех этой трансформации определит место Беларуси в новой архитектуре мировой экономики.

Библиографический список

1. Экономические аспекты международных санкций и их последствия [Электронный ресурс]. URL: <https://imes.su/press-tsentr/stati/ekonomicheskie-aspekty-mezhdunarodnykh-sanktsij-i-ikh-posledstviya/>.
2. Чурилин С.Н. Стратегии адаптации бизнеса к санкционным ограничениям // Journal of Monetary Economics and Management. 2024. № 9. С. 98–104.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100125>.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/dc3/1jscca4twkr6su8h3xtms371lnn9ngfc.pdf>.
5. Отчет «Проведение оценки воздействия на окружающую среду планируемой хозяйственной деятельности по объекту «ІРҮ. Строительство объединенного шламоохранилища» [Электронный ресурс]. URL: <https://belaruskali.by/upload/Отчет%20ОВОС.pdf>.

УДК 323; 352

Эволюция публичного управления в России: от марксистско-ленинской парадигмы к либеральной модели (философско-управленческий анализ)

Беляев Ф.А., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье исследуются философские факторы трансформации систем публичного управления в России от советского периода к современности. Проведен сравнительный анализ влияния марксистско-ленинской и либеральной парадигм на институциональный дизайн государственного управления.

Ключевые слова: государственное управление, публичное администрирование, философские основания, марксизм-ленинизм, либерализм, трансформация управления

За последнее столетие система государственного управления в России претерпела радикальные изменения, обусловленные сменой господствующих философских парадигм. Исследование философских оснований этой эволюции позволяет выявить глубинные причины изменений в институциональном дизайне и механизмах управления.

Продуктивным представляется подход, рассматривающий государство как воплощение определенной нравственной и политической идеи. В этом контексте уместно обратиться к наследию Г.В.Ф. Гегеля, который рассматривал государство как институт, призванный обеспечивать единство общества [5]. Эта философская рамка позволяет проследить, как различные идеи — от марксистско-ленинской философии тотального огосударствления до либеральных концепций «минимального государства» — воплощались в конкретных моделях управления.

Марксистско-ленинская парадигма. Переходя к анализу советского периода, следует отметить, что формирование и эволюция советской модели управления были всецело обусловлены марксистско-ленинской философской парадигмой. Эта модель, основанная на идеях К. Маркса, Ф. Энгельса и В.И. Ленина, представляла собой масштабный эксперимент по построению государства нового типа. Централизация, осуществленная в соответствии с учением Маркса и Энгельса о необходимости централизации всех орудий производства в руках государства [8, с. 110], позволила создать строго иерархическую систему. Это обеспечивало концентрацию ресурсов на ключевых направлениях, что доказало эффективность в периоды индустриализации и послевоенного восстановления. Плановость, реализуемая через систему пятилетнего планирования, была практическим воплощением идеи о сознательном управлении экономикой. Директивное планирование позволяло определять стратегические приоритеты и мобилизовывать под них экономические ресурсы. Идеологическое единство, обеспечиваемое монополией Коммунистической партии на власть, создавало мировоззренческий фундамент управления. Марксизм-ленинизм служил унифицирующей основой целей и ценностей на всех уровнях власти. Вместе с тем, негибкость и бюрократизация, порожденные жесткой иерархичностью, со временем создали неповоротливый управленческий аппарат. Как отмечает А.Я. Лившин, «советская система управления представляла собой своего рода номенклатурную иерархию диктаторов... действовавшая к тому же в условиях неизбежной в закрытом обществе "информационной слепоты", преобладания в силу командной

экономической модели внеэкономических методов принуждения» [3]. Невосприятие инноваций проявлялось в структурном сопротивлении изменениям, подрывавшим идеологические или властные устои. Провал проекта Общегосударственной автоматизированной системы (ОГАС) в 1950-1960-е годы, по мнению А.А. Назарова, был обусловлен не только техническими сложностями, но и организационными барьерами [6]. Информационная закрытость, действуя в условиях «информационной слепоты», лишала систему надежных каналов обратной связи. Данные, идущие снизу-вверх, часто приукрашивались, что препятствовало адекватному принятию решений.

Рассматривая следующий этап трансформации, следует обратиться к либеральной парадигме (А. Смит, Д. Локк, Д.С. Милль) и неолиберальной (Ф. Хайек, Л. фон Мизес, М. Фридман), определившей развитие России в 1990-е годы.

Дерегулирование экономики. Либерализация цен и отказ от государственного контроля создали условия для перехода к рыночной экономике [7]. Это позволило наполнить потребительский рынок товарами, ликвидировать дефицит и создать основы для рыночной конкуренции. Формирование института частной собственности. Массовая приватизация 1992–1994 годов, в ходе которой было приватизировано более 111 тысяч предприятий, создала основу для формирования класса собственников и рыночных институтов [2]. Интеграция в мировую экономику. Открытие экономики и либерализация внешней торговли позволили России интегрироваться в мировое экономическое пространство, получить доступ к международным рынкам и технологиям. Социальное неравенство. Как констатирует Н.Ю. Лапина, приватизация привела к резкому имущественному расслоению и не обеспечила формирование массового слоя эффективных собственников [2]. Возникший разрыв между различными слоями населения стал одним из самых значительных в современной истории России. Ослабление государственного управления. Парадоксальный рост численности государственного аппарата на 24,3 тыс. человек в 1994 году [1] сопровождался снижением эффективности государственного управления. Ликвидация монополии КПСС на власть привела к утрате единого центра управления.

Криминализация экономики. Либеральные реформы сопровождались ростом коррупции и формированием олигархических структур, что негативно сказалось на экономическом развитии страны и доверии населения к реформам. Социальные издержки. Дерегулирование

экономики, по оценке Д.А. Лукашевича, сопровождалось значительными социальными издержками [4], включая обесценение сбережений населения, рост безработицы и снижение уровня жизни. Проведенное изучение демонстрирует тесную взаимосвязь между доминирующими философскими парадигмами и институциональным дизайном управленческой системы в России. Советская модель управления, основанная на марксистско-ленинской парадигме, продемонстрировала диалектическое единство сильных и слабых сторон. Централизация, плановость и идеологическое единство, обеспечившие первоначальный прорыв, со временем породили негибкость, бюрократизацию и неприятие инноваций. Либеральная парадигма 1990-х годов, основанная на концепциях «минимального государства», выявила существенные противоречия между теоретическими построениями и российской социально-экономической реальностью. Практическая реализация либеральных реформ сопровождалась значительными социальными издержками.

Перспективы развития российской модели публичного администрирования требуют учета как исторического опыта, так и современных вызовов, включая цифровизацию государственного управления и развитие новых форм взаимодействия с гражданским обществом.

Библиографический список

1. Карнаушенко Л.В. Начальный этап становления системы государственной службы Российской Федерации (1991–1995 гг.) // Преподаватель XXI век. 2009. № 2–2. С. 215–228.
2. Лапина Н.Ю. Российская приватизация: история, динамика, результаты // Приватизация в России и других странах СНГ. 2003. №2. С. 89–104.
3. Лившин А.Я. Коммунистическая партия в системе власти в СССР // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2018. № 3. С. 34–48.
4. Лукашевич Д.А. Правовые аспекты отказа СССР от директивного ценообразования в 1987–1991 гг. // Вестник Московского университета МВД России. 2021. № 1. С. 67–82.
5. Малинин С.А. Власть и государство в философии Г.В.Ф. Гегеля // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 10. С. 45–52.
6. Назаров А.А. Опыт разработки общегосударственной автоматизированной системы учёта и обработки информации и проблемы

её внедрения в народное хозяйство СССР // *Oeconomia et Jus*. 2023. № 2. С. 78–92.

7. Нуреев Р.М., Латов Ю.В. Дороги к пониманию «Дороги к рабству» (размышления над биографией Фридриха фон Хайека и его идей) // *Историко-экономические исследования*. 2021. №1. С. 125-143.

8. Пигин В.Ф. Термин «диктатура пролетариата» и его интерпретация в теории марксизма-ленинизма // *Маркс и марксизм в контексте современности: материалы международной конференции*. Минск, 2018. С. 107-115.

УДК 339.138

Специфика проведения маркетинговых исследований в Интернете

Беляевская У.Е., Браво М.Х., студенты

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье рассматриваются особенности проведения маркетинговых исследований в цифровой среде. Рассмотрены такие преимущества онлайн-методов, как оперативность, экономическая эффективность, широкий охват и высокий уровень автоматизации. Акцентируются методологические проблемы исследований в Интернете: обеспечение репрезентативности выборки и достоверности данных. Описываются количественные, качественные и пассивные методы сбора информации в онлайн среде.

Ключевые слова: маркетинговые исследования в Интернет, цифровая среда, онлайн-методы, количественные исследования, качественные исследования

Современный этап развития экономики характеризуется интенсивным ростом цифровизации и повсеместным смещением потребительской активности в онлайн-среду. В подобных условиях для любого бизнеса критически важной становится способность оперативно и точно получать актуальные данные о предпочтениях и поведении целевых потребителей. Традиционные методы маркетинговых исследований зачастую не успевают за динамикой рынка, что и обуславливает рост актуальности цифровых инструментов [4].

Несмотря на широкое распространение и кажущуюся простоту, методика проведения маркетинговых исследований в Интернете обладает значительной спецификой. Маркетинговые исследования онлайн характеризуются не только очевидными преимуществами в скорости и стоимости, но и комплексом методологических ограничений и вызовов, связанных с показательностью, достоверностью данных и этическими аспектами сбора информации. Данное противоречие между потенциалом онлайн-исследований и рисками их некорректного применения определяет необходимость системного анализа их особенностей [3]. Именно это и является целью статьи.

Современная практика маркетинговых исследований в цифровой среде предлагает комплексный подход, интегрирующий количественные, качественные и пассивные методы сбора данных. Количественные исследования, основанные на массовых онлайн-опросах через e-mail, сайты и панели респондентов (Online Market Intelligence (OMI), Anketka.ru), позволяют получать статистически значимые данные о поведении потребителей. Онлайн-фокус-группы на платформах Zoom и Teams, а также А/В-тестирование в информационной среде (VK Combo, Яндекс.Афиша) обеспечивают надежность результатов [5].

Качественные методы ориентированы на глубинный анализ мотивации потребителей. Качественные исследования в Интернете обычно включают глубинные интервью при помощи видеоплатформ, киберэтнографические исследования в соцсетях («ВКонтакте», Telegram) и анализ пользовательского контента (Отзовик, Яндекс.Маркет) с применением NLP-технологий, что позволяет более глубоко раскрыть и объяснить различные аспекты потребительского поведения [2].

Пассивные методы, включающие веб-аналитику (Яндекс.Метрика, Google Analytics), мониторинг соцмедиа (Крибрум) и анализ больших данных, позволяют отслеживать цифровые следы пользователей с соблюдением требований 152-ФЗ «О персональных данных». Эти методы обеспечивают непрерывный сбор объективных данных о поведенческих шаблонах [1].

Проведение маркетинговых исследований в цифровой среде имеет существенные преимущества по сравнению с традиционными методами. Важнейшим из них является оперативность получения данных: вместо нескольких недель обработка результатов благодаря автоматизированным платформам для опросов и мгновенной рассылке осуществляется в течение нескольких дней или даже часов. Экономическая эффективность проявляется в снижении затрат за счет исключения расходов на печать

материалов, аренду помещений и работу интервьюеров, что делает исследования более доступными для малого бизнеса. Обеспечивается широкий географический охват, что позволяет преодолевать территориальные ограничения и изучать потребительскую аудиторию в удаленных регионах с помощью геотаргетинга в социальных сетях и поисковых системах. Высокий уровень автоматизации обеспечивается применением современных информационных платформ на всех этапах маркетингового исследования — от создания опросов до анализа данных с помощью инструментов веб-аналитики и CRM-систем. Эти преимущества делают онлайн-исследования быстрыми, экономичными и масштабируемыми, хотя для достижения оптимальных результатов необходимо учитывать и их ограничения.

Проведение маркетинговых исследований в интернете сталкивается с целым рядом методологических и юридических проблем, требующих комплексного подхода. Ключевой проблемой остается репрезентативность выборки, обусловленная цифровым разрывом между активными интернет-пользователями и группами населения с ограниченным доступом к сети (пожилые люди, жители удаленных регионов). Для минимизации этой проблемы применяются скрининговые вопросы для отбора целевой аудитории, квотные выборки, обеспечивающие пропорциональное представительство ключевых демографических групп, а также использование верифицированных панелей респондентов (например, Online Market Intelligence), что повышает точность и надежность собранной информации.

На достоверность данных отрицательно влияют отсутствие контроля за условиями заполнения анкет и риски невнимательных ответов. Для решения этой проблемы можно использовать «контрольные вопросы-ловушки», исключающие случайные или недобросовестные ответы, контроль времени заполнения анкеты для отсека слишком быстрых или медленных ответов, а также автоматическую очистку данных через алгоритмы выявления аномалий.

Таким образом, проведение маркетинговых исследований в интернете представляет собой специфический вид маркетинговой деятельности. С одной стороны, оно предлагает беспрецедентные преимущества в виде оперативности, экономической эффективности, широкого географического охвата и высокой степени автоматизации. С другой — сталкивается с уникальными вызовами, такими как необходимость обеспечения релевантности выборки и достоверности данных. Итоги анализа представлены на рисунке 1.

Ключ к маркетинговому успеху лежит не в отказе от традиционных методов исследований, а в их интеграции с цифровыми инструментами и применении комплексного подхода. Использование специальных дополнительных вопросов, а также заранее определённых групп людей и проверенных списков участников помогает уменьшить ошибки и нейтрализовать проблемы, которые могут возникнуть при проведении исследований. Это позволяет получить более точные и надёжные результаты.

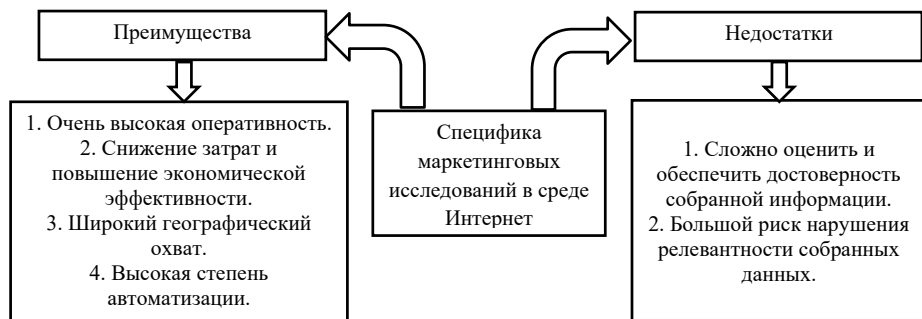


Рисунок 1. Специфика проведения маркетинговых исследований в среде Интернет [составлено авторами]

В итоге специфика онлайн-исследований требует от маркетологов глубокого понимания как их огромного потенциала, так и внутренних ограничений, что делает процесс сбора и анализа данных более осознанным и результативным.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 24.04.2024) «О персональных данных». Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2022. 570 с.
3. Куликова О.М., Тропынина Н.Е. Цифровые технологии в маркетинговых исследованиях: возможности и ограничения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2025. № 6 (32). С. 52–63.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: от традиционного к цифровому. М.: Эксмо, 2018. 204 с.
5. Фоллс Дж. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 352 с.

Анализ проявления гражданской позиции молодежью региона

Бокова В.А., Тяпугина С.С., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена исследованию гражданской позиции молодежи Ярославской области. Рассматриваются формы участия в общественной жизни, уровень информированности молодежи о региональных событиях и факторы, влияющие на ее вовлеченность. Анализируются результаты опроса, выявляющие предпочтительные формы активности и предложения по повышению интереса молодежи к участию в развитии региона.

Ключевые слова: молодежь, развитие региона, гражданская позиция, общественная жизнь

В условиях динамично развивающегося общества, молодежь, как наиболее активная и восприимчивая к новым идеям часть населения, становится ключевым двигателем развития гражданского общества.

Анализ проявлений гражданской позиции молодежи в регионе позволит выявить тенденции, проблемы и потенциал для дальнейшего укрепления гражданской активности, а также разработать эффективные механизмы поддержки и стимулирования этой важной составляющей общественной жизни. Исследование проявлений гражданской позиции молодёжи актуально в контексте необходимости формирования ответственных, активных и сознательных граждан, готовых участвовать в жизни своего региона и страны, а также решать актуальные социальные и политические задачи.

В рамках исследования проявления гражданской позиции молодежью региона в 2025 году понятие «молодежь» охватывает период от 14 до 35 лет и включает в себя несколько поколенческих групп: поколение Z (зумеры), родившиеся примерно с 1997 по 2012 год, и ранние представители поколения Альфа с 2013 года, а также поздние миллениалы (поколение Y), родившиеся примерно с 1981 по 1996 год. Зумеры, самая многочисленная и активная группа молодёжи в регионе, оказывают наибольшее влияние на проявление гражданской позиции благодаря своей цифровой грамотности, ориентации на социальные

ценности и готовности к инновационным формам участия. Их способность мгновенно получать и распространять информацию, критически оценивать реальность и действовать через онлайн-платформы, а также стремление к аутентичности и прямому влиянию делают их ключевыми проводниками перемен, формирующими гражданскую активность и преобразующими общественные процессы в регионах.

Был проведен опрос «Активизация гражданской позиции среди молодежи Ярославской области», в котором приняли участие 100 человек в возрасте от 14 до 35 лет. Среди них 86% участников опроса составила молодежь в возрасте от 18 до 25 лет, 13% - респонденты в возрасте от 14 до 18 лет, наименьшую долю опрошенных составила молодежь в возрасте от 25 до 35 лет (1%). Большинство респондентов проживают в г. Ярославль, что составляет 87%, 4% - в Ярославском районе, 3% - в Тутаевском районе, 2% - в г. Рыбинск. Малая доля (1%) участников опроса проживают в Мышкинском, Первомайском, Пошехонском и Ростовском районах (рис. 1).

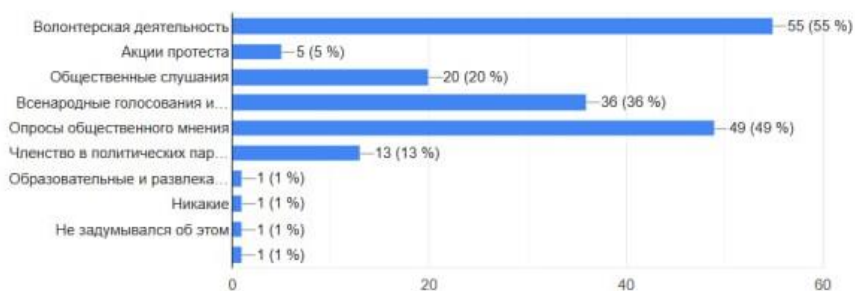
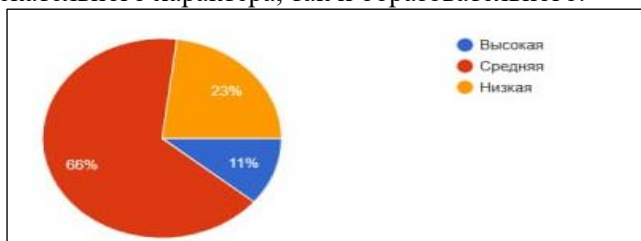


Рисунок 1. Ответы на вопрос «Какие формы активного участия в общественной жизни вас привлекают больше всего?»

Опрос показал, что 69% представителей молодого поколения участвуют в мероприятиях, организованных органами власти или общественными организациями, также 24% людей признали, что никогда не участвовали в подобных мероприятиях, всего 7% респондентов отметили, что регулярно участвуют в подобных мероприятиях. Наиболее популярной формой активного участия в общественной жизни стало волонтерская деятельность - 55%, опросы общественного мнения - 49%, а также всенародные голосования и референдумы - 36%.

Как показал опрос, общественные слушания, членство в политических партиях, а также организация регулярных встреч с

представителями органов власти меньше всего привлекают молодёжь и оказывают наименьшее влияние на них. Уровень информативности также оставляет желать лучшего, 66% - считают, что их уровень осведомлённости средний, 23% - считают, что их уровень осведомленности низкий, 11% - отметили высокую степень информированности (рис. 2). Это говорит о том, что большинство граждан не так сильно интересуются, но регулярно читают новости в ленте, следят за событиями в регионе, посещают различные мероприятия как развлекательного характера, так и образовательного.



Рисунок

2. Уровень

информированности молодежи о событиях в регионе

По мнению молодёжи, наиболее привлекательным способом для повышения их интереса к общественной деятельности является выбор интересных и актуальных тем мероприятия - 62%, также возможность приобрести новые знакомства в рамках этого же мероприятия - 59%, и самосознание молодого поколения и их собственное желание внести вклад в будущее развитие региона - 55% (рис. 3).

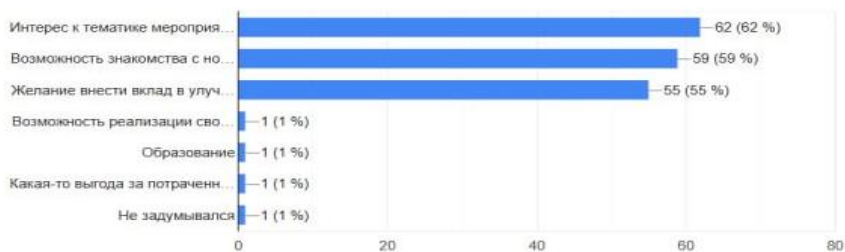


Рисунок 3. Ответы на вопрос «Какие мероприятия могли бы способствовать повышению интереса молодежи к общественной деятельности?»

Большинство опрошенных не видят себя частью общественного совета или комиссии по вопросам молодёжи и не планируют участвовать в крупных федеральных программах, форумах, однако считают, что такие

общественные организации, как Молодёжная палата Ярославской области должны поддерживать молодёжные проекты и стартапы, организовывать больше культурных мероприятий, а также повышать информативность молодёжи о их правах и обязанностях (рис. 4).

Молодёжь информирована о событиях в регионе, но если обеспечить проведение качественных мероприятий и формирование удобных каналов связи в социальных сетях, то можно повысить заинтересованность молодых людей в высказывании своего мнения. Наибольший интерес у молодёжи вызывает создание специализированных площадок для творчества и самовыражения (68%), а также обеспечение финансовой поддержки инициативных групп (56%). Таким образом мы видим, что наиболее востребованной формой проявления интереса к общественной жизни у молодёжи являются те формы, где они могут по-настоящему показать себя, самовыразиться, а также найти единомышленников, которые будут настолько же инициативными и заинтересованными.

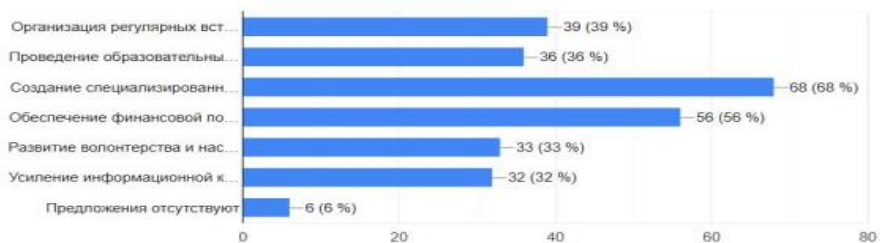


Рисунок 4. Ответы на вопрос «Как вы считаете, какие инициативы или проекты могли бы способствовать повышению интереса молодежи к общественной деятельности?»

Наиболее эффективным способом коммуникации с представителями власти молодёжь считает развитие интернет-платформ, способствующих установлению прямого контакта. Молодое поколение предпочитает цифровое общение и наглядные формы подачи информации через видеоролики и посты.

Проведённое исследование проявления гражданской позиции молодёжью Ярославской области показало, что, несмотря на средний уровень осведомлённости о событиях в регионе, молодое поколение активно интересуется общественной жизнью, особенно в возрасте от 18 до 25 лет. Наиболее привлекательны такие форматы участия как волонтерство, социологические исследования и народное волеизъявление, отражающее желание молодёжи непосредственно влиять на решение социальных вопросов и формирование государственной политики. В то

же время традиционные формы, такие как общественные собрания и членство в политических организациях, не вызывают особого энтузиазма, что подчёркивает необходимость разработки альтернативных, более увлекательных и вовлекающих подходов. Для эффективного взаимодействия с органами власти необходимо развивать онлайн-коммуникации, отдавая предпочтение визуальным форматам подачи информации, что позволит расширить круг участников и обеспечить устойчивое развитие региона в перспективе.

Библиографический список

1. Омельченко Е.Л. Забытое поколение X. Ретроспективный взгляд из будущего // INTER. 2024. № 2. С. 10–28.
2. Бухнер А.А. Формирование гражданской позиции студента вуза: содержательные характеристики // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 81–4. С. 54–56.
3. Яковко Т.В., Орлова О. Н. Активная гражданская позиция как гвоздь времени и осознание своего вклада в развитие государства // Социально-гуманитарные знания. 2025. № 1. С. 203–208.
4. Петров А.М. Современные тенденции в подготовке студентов российских вузов к предпринимательской деятельности // Лидерство и менеджмент. 2024. № 1. С. 101–120.

УДК 343.72

Механизмы защиты молодежи и иных возрастных групп населения от мошеннических действий в банковской сфере

Бокова В.А., Шахов В.Н., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Работа посвящена комплексному анализу современных проявлений и масштабов мошенничества в финансовой сфере России. Исследование направлено на выявление актуальных схем и уровней угроз, с которыми сталкиваются граждане, а также на изучение как уже применяемых, так и перспективных мер, направленных на минимизацию финансовых рисков и укрепление безопасности граждан.

Ключевые слова: финансы, банк, мошенничество, центральный банк, банковская сфера

Банковская сфера, являясь фундаментом современной экономики, предоставляет населению не только удобные финансовые инструменты, но и, к сожалению, становится объектом внимания мошенников. Стремительное развитие технологий, расширение спектра банковских услуг и рост числа онлайн-операций открывают новые горизонты для финансовых инноваций, но в то же время создают почву для мошеннических схем. По результатам ежегодного опроса Банка России, в 2024 году каждый 3-й из 10 респондентов сталкивался с разными видами финансового кибермошенничества, при этом 9% пострадавших лишились денег.

В настоящее время мошенники активно используют различные методы, начиная с банального фишинга и телефонного мошенничества, когда под видом сотрудников банков или правоохранительных органов у людей выманивают конфиденциальные данные, и заканчивая более сложными схемами, связанными с использованием методов социальной инженерии, созданием поддельных веб-сайтов и мобильных приложений. Распространение криптовалют и инвестиционных пирамид также представляет серьёзную угрозу. Всё это подчеркивает острую необходимость в разработке и внедрении комплексных мер по защите населения от мошеннических действий в банковской сфере. Данная работа посвящена изучению актуальных форм и уровней мошенничества, а также исследованию существующих и перспективных механизмов, направленных на минимизацию этих рисков и повышение финансовой безопасности граждан в Российской Федерации.

За прошлый год в Банк России поступило 338 тыс. жалоб, это почти на 4% больше, чем в 2023. В основном рост обращений связан с мошенничеством. Количество жалоб на действия аферистов увеличилось за прошлый год сразу на 86,2% [1]. А вот претензий к страховым компаниям и микрофинансовым организациям (МФО), напротив, стало меньше. Наибольший интерес для них представляют граждане, которые проявляют высокую экономическую активность и часто пользуются банковскими сервисами – люди в возрасте от 25 до 64 лет (рис. 1).

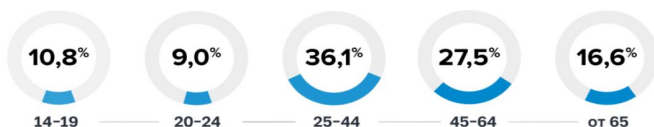


Рисунок 1. Возрастное соотношение граждан, активно пользующихся банковскими сервисами

Среди пострадавших наблюдается рост числа граждан старше 65 лет. В 2024 году жертвами мошенников чаще всего становились работающие женщины со средним уровнем дохода и средним образованием, которые проживают в городе и имеют постоянную занятость (рис. 2).



Рисунок 2. Соотношение пострадавших от мошенников с уровнем образования и дохода за 2024 год [2]

Телефонное и СМС-мошенничество до сих пор преобладает, хотя за год доля этого канала обмана сократилась. Впервые в пятерке популярных у кибермошенников приемов — получение доступа к аккаунтам людей на Госуслугах (рис. 3).

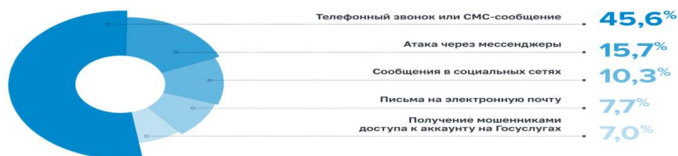


Рисунок 3. Соотношение способов мошенничества за 2024 год [2]

На остальные каналы мошенничества (фишинговые ресурсы, поддельные QR-коды и прочие) пришлось 13,7%. Данная информация демонстрирует актуальность проблемы мошенничества в современной среде.

С 1 сентября 2025 года вступил в силу закон 41-ФЗ «О создании государственной информационной системы противодействия правонарушениям, совершаемым с использованием информационных и коммуникационных технологий, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», закрепляющий дополнительные меры защиты от мошенничества:

- обязательная маркировка звонков с бизнес-номеров;
- прямой запрет на передачу сим-карт кому-либо, кроме членов семьи и близких родственников;
- через портал Госуслуг или МФЦ граждане могут установить самозапрет на заключение новых договоров об оказании услуг связи;

- в силу вступила мера, которая позволяет установить самозапрет на телефонные спам-звонки;
- введена возможность установления «второй руки» при совершении банковских операций;
- для операций через банкоматы внедряется период «охлаждения» [3].

Банком России создан информационно-просветительский ресурс Финансовая культура fincult.info/, целью которого является повышение финансовой грамотности людей. Основные механизмы защиты населения от мошенничества охарактеризованы в табл. 1.

Таблица 1. Основные механизмы защиты от мошенничества в финансовой сфере

Механизм	Принцип реализации
Самозапрет на кредиты.	С 1 марта 2025 года любой россиянин вправе установить для себя запрет на получение кредитов, займов и кредитных карт (закон № 31-ФЗ от 26.02.2024) — это исключит ситуацию, когда средства берут на имя человека без его ведома. Исключения: автокредиты под залог авто, ипотека, кредиты на образование.
Период охлаждения для кредитов.	Закон № 9-ФЗ от 13.02.2025 вводит так называемый «период охлаждения». Теперь, если гражданин обратится в банк или МФО за кредитом или займом от 50 000 до 200 000 Р, то деньги выдадут не ранее чем через 4 часа после одобрения заявки и заключения договора с банком. А если сумма больше, то через 48 часов.
«Спецкнопка» для жалоб в банковском приложении	С октября этого года Центробанк обяжет кредитные организации внедрить в свои приложения "спецкнопки" для жалоб на аферистов. С помощью этой кнопки пользователи прямо с устройства смогут подавать заявления о мошеннических операциях. Получить нужную справку для обращения в полицию тоже можно будет в онлайн-режиме.
Обращения по операциям, совершённым под давлением мошенников	С 1 октября 2025 года Банк России обяжет банки принимать от всех граждан обращения по операциям, совершённым под давлением мошенников, в том числе о внесении наличных на счета мошенников через банкоматы с помощью токенизированных карт. Токенизированные карты создаются в смартфоне в процессе привязки в приложении Mir Pay или подобных сервисах номера карты, «выданной» мошенниками, действующими под видом сотрудников ЦБ, для «внесения средств на безопасный счет».
Единая база телефонных мошенников	1 апреля 2025 года был подписан закон № 41-ФЗ о мерах по противодействию телефонному мошенничеству, согласно которому голоса мошенников начнут собирать в единую базу, чтобы отслеживать их активность.

Информация о новых мерах и все действующие на портале Госуслуг, инструменты противодействия мошенникам доступны в рамках специализированного сервиса «жизненная ситуация». Сервис содержит подробные инструкции для действий в критических ситуациях, связанных с мошенничеством, а также образовательные материалы для повышения цифровой грамотности пользователей.

Основная проблема защиты населения от мошеннических действий в банковской сфере в России заключается в многофакторном, динамичном и нарастающем характере угроз, обусловленном стремительной цифровизацией финансовых услуг и высокой адаптивностью мошенников к новым технологиям и изменениям в законодательстве. Данная проблема проявляется в следующих аспектах:

- недостаток финансовой и цифровой грамотности: значительная часть населения, особенно пожилые люди недостаточно осведомлены о мошеннических схемах и не обладают критическим мышлением, что делает их легкой добычей для социальной инженерии;

- развивающийся и изощренный характер мошенничества: Разнообразие форм от простых методов, таких как фишинг и телефонное мошенничество, до сложных схем с использованием поддельных сайтов, мобильных приложений, криптовалют и инвестиционных пирамид. Мошенники оперативно осваивают новые технологии и каналы коммуникации, постоянно меняя тактику, что затрудняет их выявление и предотвращение их действий;

- необходимость постоянной актуализации законодательной и технологической базы;

- сложность координации и взаимодействия: Борьба с мошенничеством требует скоординированных действий множества участников — банков, операторов связи, правоохранительных органов, регуляторов. Отсутствие единых оперативных механизмов обмена информацией и взаимодействия снижает эффективность противодействия.

Таким образом, проблема заключается не только в наличии мошеннических действий, но и в их высокой адаптивности и способности использовать уязвимости как в технологиях, так и в человеческом факторе, что требует от государства и участников финансового рынка постоянного совершенствования, упреждающего реагирования и выстраивания многогранной системы защиты, охватывающей законодательные, технические, организационные и просветительские аспекты.

Учитывая стремительный рост мошенничества в банковской сфере, становится очевидной острая необходимость в комплексной и многоуровневой системе защиты населения. Государство активно реагирует на эти вызовы посредством усовершенствования нормативно-правовой базы, внедрения технологические решений (таких как маркировка звонков, самозапрет для SIM-карт, механизм «второй руки» и «период охлаждения»), а также формирования стратегических планов, направленных на ужесточение ответственности и усиление кибербезопасности. Среди основных направлений развития финансового рынка на 2026–2028 годы Банк России определил введение дополнительных мер для противодействия мошенничеству, а также повышению осведомлённости граждан [4]. Они представлены в табл. 2.

Таблица 2. Предложения Банка России по противодействию мошенничеству

Предложение	Механизм реализации
Меры по противодействию мошенничеству и обеспечению безопасности на финансовом рынке	Внедрение оперативного обмена кредитной информацией через бюро кредитных историй для выявления подозрительных операций, а также разработка механизма оповещения о мошеннических звонках/СМС и возмещения ущерба гражданам в случае непринятия мер кредитными организациями и операторами связи, с установлением ответственности за взлом приложений и обязательным информированием о заключении кредитных договоров через Госуслуги.
Разработка платформы “Антидроп” для борьбы с теневым бизнесом	Блокировка операций подставных лиц, также ведется работа по прекращению деятельности нелегальных субъектов через межведомственное взаимодействие и единую систему противодействия.
Ужесточение экономической ответственности	Административные штрафы и повышение порога для уголовной ответственности до 100 млн рублей, разработка Банком России мер по повышению кибербезопасности финансовых сервисов.
Повышение финансовой осведомленности потребителей	Информирование о нелегальных поставщиках услуг, в совокупности с созданием необходимой нормативно-правовой базы и организационно-технических мероприятий призвано снизить уровень мошенничества и укрепить доверие к финансовой системе.
Совершенствование законодательства в части предотвращения инсайдерской информации и манипулирования рынком	Запрет сделок в закрытые периоды и раскрытие обезличенной информации, и эмитенты будут обязаны контролировать операции своих инсайдеров, развиваться взаимодействие Банка России с правоохранительными органами по обмену сведениями для оперативного выявления и пресечения преступлений.

Таким образом, комплексный подход, сочетающий законодательные, технологические, организационные и просветительские меры, призван не только эффективно противодействовать современным мошенническим схемам и минимизировать ущерб для населения, но и укрепить доверие к финансовой системе, обеспечив её стабильность и безопасность в условиях продолжающейся цифровизации.

Библиографический список

1. Период охлаждения, самозапреты, «вторая рука»: как Центробанк защищает граждан от финансовых аферистов / Центральный банк России. [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=23397>.

2. Кибермошенничество: портрет пострадавшего / Центральный банк России. [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/statistics/information_security/cyber_portrait/2024/.

3. Федеральный закон от 01.04.2025 № 41-ФЗ «О создании государственной информационной системы противодействия правонарушениям, совершаемым с использованием информационных и коммуникационных технологий, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

4. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2026 год и период 2027 и 2028 годов / Центральный банк России [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/181362/onrfr_2026_2028.pdf.

5. Федеральный закон от 02.06.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях».

УДК 656.96

Экологическая составляющая логистических процессов в России

Булавина Р.Ю., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. Статья посвящена экологической стороне логистических процессов в России, анализу её значения, задач, основополагающих принципов и законодательства. Дается определение и цель «зелёной» логистики, рассматриваются распространенные практики ее внедрения, а также преимущества экологических решений в логистике и проблемы, которые препятствуют более широкому внедрению ее принципов.

Ключевые слова: экологическая логистика, зелёная логистика, устойчивое развитие, логистика

Современная логистика играет важную роль в функционировании экономики. Воздействие логистических операций на состояние природной среды приобретает особую важность и вызывает растущую озабоченность среди учёных и общественности. По состоянию на 2025 год экологичность логистических процессов становится приоритетным фактором устойчивого развития многих организаций мирового масштаба.

«Зелёная» логистика строится на трёх фундаментальных принципах: минимизировать негативное влияние на экосферу путём снижения объёмов выбросов загрязняющих веществ, рационального расходования природных ресурсов и внедрения современных инновационных технологий. Важнейшей задачей выступает сокращение эмиссии углекислого газа на каждом этапе логистической цепи.

Исследователи НИИ ВШЭ установили, что лишь 18,5 % крупных российских предприятий официально провозглашают экологическую ответственность частью своей корпоративной миссии. Тем временем российское законодательство ужесточает требования в сфере защиты природы. Например, Федеральным законом № 296-ФЗ от 2 июля 2021 г. были введены нормы по сокращению объёма выброса парниковых газов предприятиями. В ходе Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ)-2021 прозвучала инициатива по достижению показателя полной переработки мусора к 2030 году и снижению количества захораниваемых твёрдых коммунальных отходов наполовину. Рост экологических ожиданий со стороны конечных потребителей вынуждают фирмы пересматривать подходы к управлению материальными потоками. Повышаются стандарты экологической устойчивости, растёт число объектов инфраструктуры, соответствующих критериям «зелёных» зданий, увеличивается применение электрического транспорта и альтернативных энергоносителей.

Под термином «зелёная» логистика понимаются любые мероприятия в области поставки и хранения продукции, ориентированные на обеспечение устойчивого роста и уменьшения негативного влияния на природные системы. Конкретные меры зависят от особенностей конкретной отрасли и специфики конкретного бизнеса. Среди наиболее популярных практик экологизации выделяются следующие направления:

- оптимизация путей перемещения грузов: внедрение специальных программных продуктов позволяет выбирать оптимальные маршруты

следования транспортных средств, снижая расстояния перевозки, продолжительность нахождения в дороге и потребление горючего. Однако существуют риски неэффективности, вызванные независимыми факторами вроде пробок или плохих погодных условий;

- использование альтернативных видов энергии: постепенный отказ от традиционных углеводородных видов топлива в пользу возобновляемых источников энергии, переход на электрические автомобили и транспорт на газовом топливе. Несмотря на высокую перспективность таких решений, проблема заключается в высоких начальных инвестициях и неразвитости соответствующей инфраструктуры;

- экологичные упаковочные решения: активное использование вторично перерабатываемых и быстроразлагающихся материалов, стремление к уменьшению общего объёма упаковочного материала. Ограничением служит относительно высокая цена экоупаковки и отсутствие полноценной инфраструктуры для повторного использования большинства изделий;

- управление системой обращения с отходами: реализация комплексных мероприятий по сбору, сортировке и последующей обработке производимых предприятием отходов. Проблемы включают нехватку необходимых мощностей для переработки отдельных типов отходов и значительную финансовую нагрузку, сопряжённую с некоторыми технологиями утилизации;

- минимизация грузовых операций: консолидация груза, выбор комбинированных способов транспортировки, позволяющих уменьшить количество задействованных единиц техники. Этот метод осложняется необходимостью согласовывать работу разных перевозчиков и возможных задержек в сроках исполнения заказов.

Компании, активно внедряющие экологичные программы, получают весомые плюсы:

- экономия энергоресурсов и затрат на обслуживание транспорта обеспечивает повышение рентабельности производства;

- улучшается имидж предприятия, поскольку потребители и партнёры отдают предпочтение фирмам, демонстрирующим ответственное отношение к вопросам экологии;

- компании адаптируются к постоянно усиливающимся законодательным нормам и правилам, что создаёт долгосрочное конкурентное преимущество перед менее продвинутыми игроками рынка.

Сегодня концепция ESG, объединяющая экологические, социальные и управленческие критерии оценки бизнеса, набирает популярность и в российском секторе. Примером может служить крупнейший финансовый институт — ПАО Сбербанк, включивший оценку показателей ESG в свою кредитную политику. Банк начал учитывать рейтинговую оценку клиентов по экологическим показателям ещё с января 2021 года, одоббив около 52 миллиардов рублей займов компаниям, реализующим проекты по повышению экологической эффективности, в частности, в транспортной и горнодобывающей отраслях.

Тем не менее, несмотря на позитивные сдвиги, существует ряд препятствий, затрудняющих массовое распространение «зелёных» инноваций в России:

- низкая степень вовлечённости населения и бизнеса в решение задач, касающихся улучшения состояния окружающей среды и перехода к ресурсосберегающим технологиям;

- отсутствие эффективных механизмов поддержки со стороны государства, стимулирующих компании переходить на экологически чистые способы хозяйствования;

- преимущественно ориентация отечественных предприятий на извлечение быстрой прибыли, что препятствует осуществлению инвестиций в дорогостоящее оборудование и инфраструктуру;

- сложности в проведении точной количественной оценки возможного ущерба окружающей среде вследствие функционирования логистических цепочек.

Таким образом, интеграция экологичности в логистические процессы остаётся актуальной задачей, решение которой потребует совместных усилий власти, бизнеса и общества для формирования устойчивого будущего российской экономики.

Библиографический список

1. Зелёная логистика: как экологические тренды меняют будущее транспортной отрасли [Электронный ресурс]. URL: <https://cursoriuss.com/blog/zeljonaya-logistika-kak-ekologicheskie-trendy-menyayut-budushchee-transportnoj-otrasli>.

2. «Зелёная» логистика: почему будущее за экологически устойчивыми поставками? [Электронный ресурс]. URL: <https://s-pro.group/tpost/mxfsynbm1-zelyonaya-logistika-pochemu-budushee-za>.

3. Как развивается «зеленая» логистика в России [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/62b163609a79478f636eebeb>.

4. Повышение экологичности логистических процессов компании [Электронный ресурс]. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/143155/1/SMES_2025_034.pdf.

5. Проблемы и перспективы внедрения «зеленой» логистики в России [Электронный ресурс]. URL: <https://1economic.ru/lib/100806>.

УДК 659.1

Использование контент-маркетинга в профориентационных медиапроектах на примере работы с молодежной аудиторией

Буторина Т.С., Сауткина А.К., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются современные подходы к использованию контент-маркетинга в профориентационном медиапроекте «Ближе к делу», ориентированном на молодежь. На примере данного проекта выявлены и проанализированы проблемы профориентации молодежи: дефицит достоверной информации о вузах, профессиях, навыках; страх ошибочного выбора и недостаток практических знаний. Рассматриваются такие инструменты цифровых коммуникаций, как эдьютейнмент, сторителлинг и экспертные интервью.

Ключевые слова: контент-маркетинг, профориентация, молодежь, цифровые коммуникации, карьерные траектории

Современная молодежь находится в условиях информационной перегрузки и стремительных изменений на рынке труда. Появление новых профессий, цифровизация образования и экономики резко усложняют процесс профессионального самоопределения [4]. В таких условиях традиционные методы профориентации часто оказываются недостаточно эффективными. Так, по данным исследования ВЦИОМ, проведенного в 2023 году, каждый второй школьник в России либо не уверен в своём выборе профессии, либо вовсе не знает, кем он хочет стать:

- 19% абитуриентов не знают, где найти подходящий вуз;
- 14% говорят о нехватке информации о профессиях.

Это означает, что у школьников нет информационных инструментов для совершения осознанного выбора. Именно поэтому молодежи

необходима платформа, на которой они смогут регулярно потреблять полезный контент и получать ответы на волнующие их вопросы. Контент-маркетинг становится ключевым инструментом взаимодействия с аудиторией, позволяя выстраивать доверительные отношения через создание полезного, практико-ориентированного и привлекательного контента.

Цель данной статьи - проанализировать специфику применения контент-маркетинга в профориентационном медиапроекте и показать его эффективность на примере проекта «Ближе к делу».

Вначале рассмотрим особенности молодежной аудитории как объекта контент-маркетинга. Современное поколение школьников и студентов характеризуется высокой цифровой нативностью (digital natives). Онлайн-пространство для них выступает естественной средой обучения, поиска информации и коммуникации [1, 2].

Особенности восприятия информации молодежью:

- клиповое мышление и предпочтение визуального контента;
- стремление к интерактивности и персонализации;
- активное участие в социальных сетях и выражение обратной связи.

Эти характеристики задают новые стандарты для профориентационных и карьерных медиапроектов, где образовательный контент должен сочетаться с развлекательными форматами и практической пользой.

Проведем анализ конкретного кейса: собственный медиапроект «Ближе к делу».

Миссия данного проекта – помочь молодежи осознанно выбрать профессию и построить карьеру, избежать хаотичного поиска.

Основные проблемы, которые решает проект:

1. Дефицит достоверной информации о профессиях, вузах и карьерных траекториях.
2. Страх ошибочного выбора и откладывание принятия решения.
3. Отсутствие знаний о трудоустройстве и развитии навыков.

Основные контент-стратегии проекта:

1. Интервью с экспертами: участие специалистов из разных сфер деятельности, наставников, молодых профессионалов и студентов.
2. Практико-ориентированность: публикации «Как составить резюме», «Где искать стажировки?», «Как пройти собеседование?» и т.п.
3. Мультиплатформенность: VK, Telegram, RuTube – адаптация под привычные каналы молодежи

4. Эдьютейнмент (Edutainment): интеграция образования и развлечения: интерактивные тесты, видеоформаты, подкаст (рис. 1).

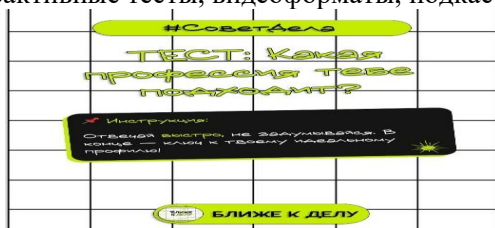


Рисунок 1. Пример поста в формате «Эдьютейнмент»

5. Сторителлинг: истории успеха и неудач студентов и специалистов, формирующие доверие (рис. 2).



Рисунок 2. Пример поста в формате «Сторителлинг»

Реализация вышеописанной контент-стратегии привела к значительному росту охвата и вовлеченности аудитории (рис. 3).

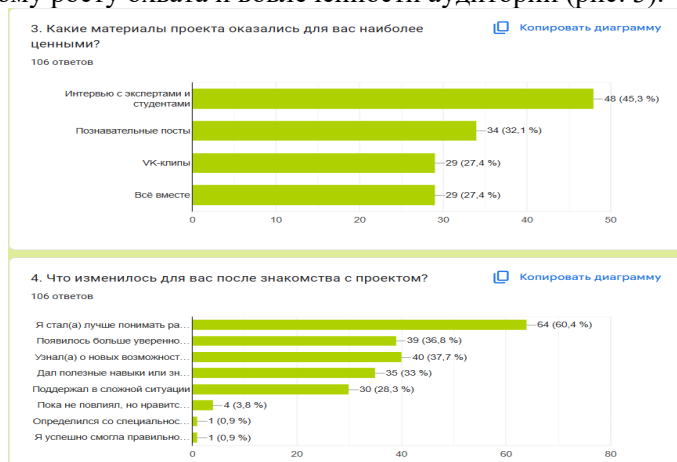


Рисунок 3. Результаты опроса по оценке контент-стратегии

Это показал сбор обратной связи при помощи опроса среди подписчиков группы проекта в сети Вконтакте, ключевые показатели эффективности сообщества представлены в таблице 1.

Таблица 1. Ключевые показатели эффективности медиапроекта «Ближе к делу» (2025 г.)

Показатель	Август	Сентябрь	Рост, %
Аудитория сообществ (все платформы)	37	120	+324%
Средний охват публикации	836	1154	+138%
Посещения	527	1017	+193%
Просмотры контента	9.600	18.300	+191%

Эти данные подтверждают, что выбранная стратегия обеспечивает не только рост популярности, но и формирует устойчивое вовлечение молодежи в познавательный и образовательный контент [3].

Таким образом, контент-маркетинг в профориентационных медиапроектах выступает эффективным инструментом, позволяющим объединить образовательные и коммуникационные задачи. На примере проекта «Ближе к делу» было показано, что сочетание эдьютейнмента, сторителлинга, «честных» историй специалистов из разных сфер деятельности и мультиплатформенности, формирует доверие и снижает тревожность молодежи при выборе профессии. Поэтому подобные профориентационные медиапроекты нового поколения могут рассматриваться как стратегический ресурс образовательной политики и коммуникации с молодежной аудиторией.

Библиографический список

1. Бурнаева Е.М., Саломатова С.Н. Цифровая профориентация как необходимая реальность // Управление образованием: теория и практика, 2022. № 1 (47). С. 34–44.
2. Осипов К.В. Специфика молодёжной интернет-аудитории // Проблемы современной науки и образования. 2017. № 17 (99). С. 108–112.
3. Официальное сообщество медиапроекта «Ближе к делу». [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/projectblizhe?from=groups>.
4. Профориентация: хорошо, но мало! // ВЦИОМ. Новости [Электронный ресурс] URL: <https://share.google/0OCJTpvS2QmnWEZf3>.

УДК 316.4

Анализ динамики объема услуг почтовой связи на душу населения в России

Гегужевичене Д.Е., Солнцева К.А., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье проведён анализ динамики объёма услуг почтовой связи на душу населения в Российской Федерации за 2010–2023 гг. на основе данных Росстата. Выявлены периоды роста и спада, рассчитаны средние показатели ряда динамики и построена экономико-математическая модель в виде линейного тренда. На основе модели составлен краткосрочный прогноз на 2024–2025 гг.

Ключевые слова: почтовая связь, объём услуг, ряд динамики, линейный тренд, цифровая трансформация

Актуальность темы обусловлена сохраняющейся значимостью традиционных почтовых услуг в условиях цифровизации — особенно в удалённых регионах и в логистике доставки товаров и документов. Анализ динамики объёма услуг почтовой связи на душу населения за 2010–2023 гг. позволяет выявить ключевые тенденции и обоснованно спрогнозировать развитие отрасли для эффективного управленческого планирования.

По данным Росстата [1] и согласно методике, изложенной в [3], проследим динамику объема услуг по годам. Определим периоды роста и спада, а также оценим средние показатели за весь анализируемый период (табл. 1).

Таблица 1. Объем услуг почтовой связи в расчете на одного жителя за 2010–2023 гг.

Год (t)	Объем услуг, руб. (y)	Абсолютные приросты, руб.		Темпы роста		Темпы прироста, %		Абс. содержание 1% прироста, руб.
		цепные	базисные	цепные	базисные	цепные	базисные	
А	Б	1	2	3	4	5	6	7
2010	670,5	-	-	-	-	-	-	-
2011	774,7	104,2	104,2	1,155	1,155	15,54	15,54	6,705
2012	839,5	64,8	169,0	1,084	1,252	8,36	25,21	7,747
2013	873,2	33,7	202,7	1,040	1,302	4,01	30,23	8,395
2014	863,8	-9,4	193,3	0,989	1,288	-1,08	28,83	8,732
2015	916,2	52,4	245,7	1,061	1,366	6,07	36,64	8,638
2016	993,2	77,0	322,7	1,084	1,481	8,40	48,13	9,162
2017	1073,4	80,2	402,9	1,081	1,601	8,07	60,09	9,932
2018	1132,9	59,5	462,4	1,055	1,690	5,54	68,96	10,734
2019	1230,8	97,9	560,3	1,086	1,836	8,64	83,56	11,329
2020	1279,1	48,3	608,6	1,039	1,908	3,92	90,77	12,308
2021	1321,3	42,2	650,8	1,033	1,971	3,30	97,06	12,791
2022	1199,3	-122,0	528,8	0,908	1,789	-9,23	78,87	13,213
2023	1197,8	-1,5	527,3	0,999	1,786	-0,13	78,64	11,993
Итого	14365,7	527,3	-	-	-	-	-	-

Анализ динамики объёма услуг почтовой связи на душу населения в России за период с 2010 по 2023 гг. показывает нестабильный, но в целом положительный тренд. За указанный период объём услуг вырос с 670,5 руб. до 1197,8 руб., что составляет абсолютный прирост на 527,3 руб. или +78,64%. Однако рост не был равномерным: наблюдались как годы устойчивого увеличения (например, 2011 г. — +15,5%, 2016–2017 гг. — около +8% ежегодно, 2019 г. — +8,6%), так и периоды снижения — в 2014 г. (–1,1%) и особенно в 2022 г. (–9,2%). В 2023 г. практически зафиксирована стагнация (–0,13%). Эти колебания отражают влияние как структурных изменений в экономике (рост электронной коммерции, цифровизация), так и внешних шоков (санкционное давление, логистические ограничения).

Средние показатели рядов динамики:

1) средний уровень ряда динамики:

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} \quad \bar{y} = \frac{14365,7}{14} \approx 1026,121 \text{ (руб.)}$$

2) средний абсолютный прирост:

$$\overline{\Delta y} = \frac{\sum \Delta y_{\text{ц}}}{n-1} \quad \overline{\Delta y} = \frac{527,3}{14-1} \approx 40,562 \text{ (руб.)}$$

3) средний темп роста:

$$\overline{Tp} = \sqrt[n-1]{Tp_6} \quad \overline{Tp} = \sqrt[13]{1,786} \approx 1,046 \text{ (104,6\%)}$$

4) средний темп прироста:

$$Tp_{\text{пр}} = \overline{Tp} - 100\% \quad Tp_{\text{пр}} = 104,6 - 100 = 4,6\%$$

Средние характеристики ряда подтверждают наличие умеренно устойчивой положительной тенденции. Средний уровень объёма услуг за 14 лет составил 1026,12 руб. на душу населения. В среднем за год объём услуг увеличивался на 40,56 рубля. Среднегодовой темп роста равен 104,56%, что соответствует среднему темпу прироста +4,56% в год. Эти показатели свидетельствуют о том, что, несмотря на краткосрочные спады, в долгосрочной перспективе отрасль демонстрирует стабильное развитие, адаптируясь к новым условиям рынка.

Выполним экономико-математическое моделирование с использованием прогноза. Составим уравнение тренда и отобразим фактическую кривую, среднюю скользящую кривую и тренд на графике:

$$\bar{y} = a_0 + a_1 t \quad \bar{y} = 1026,121 + 23,372 * t,$$

где t — условное обозначение времени (от –13 до +13 относительно центра ряда).

Свободный член интерпретируется как средний уровень объёма услуг за весь период, то есть базовая величина, вокруг которой происходили колебания. Коэффициент при t означает, что в среднем за каждый

условный год объём услуг увеличивался на 23,37 рубля. Это отражает устойчивую положительную динамику, обусловленную, в первую очередь, расширением функций почты: от традиционной пересылки писем к логистике, доставке товаров из интернет-магазинов, оказанию государственных и финансовых услуг (выплата пенсий, приём платежей и др.). Таблица 2 служит основой для построения линейного тренда, что позволяет формализовать динамику изменения объема услуг и подготовить обоснованный прогноз на ближайшие годы.

Таблица 2. Вспомогательные значения

Год	Объем услуг, руб. (y)	Трехлетняя скользящая средняя, руб.	t ²	$\bar{y}_t$	y- $\bar{y}_t$	(y- $\bar{y}_t$) ²
А	Б	1	2	3	4	5
2010	670,5	-	169	722,285	-51,785	2681,68623
2011	774,7	761,567	121	769,029	5,671	32,160241
2012	839,5	829,133	81	815,773	23,727	562,970529
2013	873,2	858,833	49	862,517	10,683	114,126489
2014	863,8	884,400	25	909,261	-45,461	2066,70252
2015	916,2	924,400	9	956,005	-39,805	1584,43803
2016	993,2	994,267	1	1002,75	-9,549	91,183401
2017	1073,4	1066,500	1	1049,49	23,907	571,544649
2018	1132,9	1145,700	9	1096,24	36,663	1344,17557
2019	1230,8	1214,267	25	1142,98	87,819	7712,17676
2020	1279,1	1277,067	49	1189,73	89,375	7987,89062
2021	1321,3	1266,567	81	1236,47	84,831	7196,29856
2022	1199,3	1239,467	121	1283,21	-83,913	7041,39157
2023	1197,8	-	169	1329,96	-132,16	17465,4726
ИТОГО:	14365,7	-	910	-	0,006	56452,2178

Таким образом, модель фиксирует структурную трансформацию почтовой отрасли, которая, несмотря на снижение спроса на классические почтовые отправления, компенсирует это за счёт новых, более востребованных видов деятельности (рис. 1).

Прогноз составляется в том случае, когда коэффициент вариации < 33%

$k_{\sigma_{\bar{y}_t}} = \frac{68,588}{1026,121} * 100\% = 6,684\% < 33\%$ - прогноз возможно сделать, и он будет достоверным.

Составим прогноз:

Для 2024 $\bar{y}_t = 1026,121 + 23,372 * 15 = 1376,701$ (руб.).

Для 2025 $\bar{y}_t = 1026,121 + 23,372 * 17 = 1423,445$ (руб.).

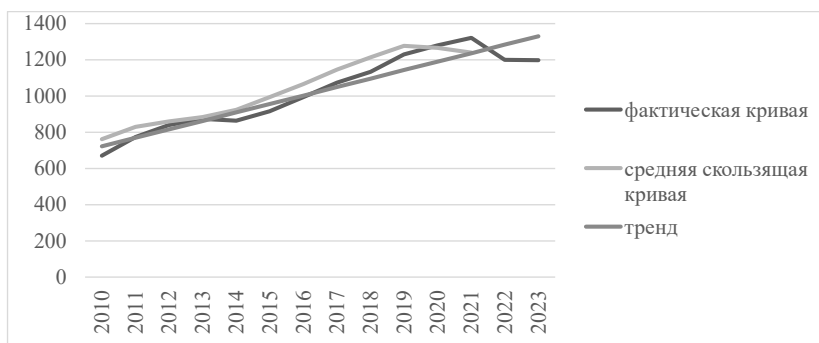


Рисунок 1. Экономико-математическая модель развития объема услуг почтовой связи в расчете на одного жителя, руб.

Таким образом, почтовая связь в России демонстрирует устойчивую трансформацию в универсальную инфраструктурную платформу, интегрирующую логистические, социальные и государственные функции [2]. Рост объема услуг на душу населения в долгосрочной перспективе отражает не просто количественные изменения, а качественную перестройку отрасли: почта становится ключевым оператором обеспечения территориального равенства, особенно в малых и удалённых населённых пунктах. Краткосрочные спады (например, в 2022 г.) связаны скорее с внешними шоками, чем с системным упадком, что подтверждается быстрой стабилизацией показателей. Таким образом, будущее почтовой отрасли определяется не сохранением старых моделей, а её способностью адаптироваться к новым экономическим и социальным вызовам через диверсификацию услуг и цифровую модернизацию. Полученные результаты могут быть использованы для стратегического планирования деятельности ФГУП «Почта России», разработки государственных программ по обеспечению доступности почтовых услуг, а также для повышения эффективности логистических и цифровых сервисов.

Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity>.
2. Ларионов В.Г., Шереметьева Е.Н., Горшкова Л.А. Цифровая трансформация экономики: вызовы и новая реальность // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2022. № 1. С. 7–14.
3. Статистика: учебник для вузов / отв. ред. И.И. Елисеева. М.: Издательство Юрайт, 2025. 619 с.

Книжный клуб: интерактивное средство формирования читательской культуры у молодого поколения

Горбань М.М., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема формирования читательской культуры у молодого поколения. В качестве эффективного пути решения обозначенной проблемы предлагается использование интерактивных средств, среди которых центральное место отводится книжным клубам.

Ключевые слова: читательская культура, книжный клуб, молодое поколение, интерактивные средства, художественная литература

Чтение как процесс восприятия опыта, идей, мыслей, взглядов, ценностей имеет ключевое значение в культурном, интеллектуальном и нравственном развитии человека.

Читательская культура – «уровень навыков, „знаний, умений и чувств“ человека, реализуемый в области чтения, отражающий ценностную основу личности, ее отношения со словом, способность к восприятию, интерпретации текста и формированию эмоционально-оценочного отношения к нему с учетом выделения и понимания значимых элементов, необходимых для его целостного восприятия» [1].

Среди компонентов читательской культуры выделяются: устоявшийся интерес к чтению, читательская самостоятельность, творческая деятельность. Устоявшийся интерес к чтению предполагает потребность человека в чтении, наличие определенных предпочтений в чтении. Читательская самостоятельность понимается как постоянная мотивация к чтению, осмысленность и высокая вовлеченность в процесс поиска и выбора книг для чтения. Творческая деятельность представляет собой деятельность по созданию продукта на основе прочитанного в результате интерпретации первоисточника.

В XXI веке проблема формирования читательской культуры у молодого поколения актуальна. Возможный путь ее решения заключается в обращении к интерактивным средствам – «инструментам и методам,

основанным на применении технологий» [1]. Одним из таких средств являются книжные клубы.

Книжный клуб – объединение людей, способствующее формированию и повышению интереса к чтению, развитию читательской грамотности, совершенствованию отношений человека со словом.

Рассмотрим виды книжных клубов, составив их классификацию.

1. По тематике: универсальные, жанровые, исторические, по определенному автору.

2. По характеру: развлекательные, образовательные, профессиональные.

3. По формату встреч: онлайн, офлайн, гибридные.

4. По способу организации: частные, библиотечные, университетские, школьные.

5. По возрасту участников: детские, подростковые, молодежные, взрослые, для старшего поколения.

6. По количеству участников: массовые, элитарные.

Опираясь на представленную классификацию, выявим наиболее эффективную модель книжного клуба как интерактивного средства формирования читательской культуры у молодого поколения.

По тематике наиболее перспективным представляется книжный клуб жанровой тематики, а именно посвященный высокой художественной литературе. Во-первых, она наделена мощным потенциалом духовно-нравственного воспитания: оно способно осуществляться именно «на лучших образцах отечественной художественной литературы» [2]. Во-вторых, высокая художественная литература обладает глубиной философского содержания, побуждающего мыслить и размышлять. В-третьих, она является источником богатства языка, способствуя развитию у читателя грамотной литературной речи.

По характеру наиболее релевантным видится образовательный книжный клуб. Он обеспечивает возможность интеллектуального роста за счет грамотной работы с текстом, его целостного восприятия, изучения культурного и исторического контекста произведения. Этому способствует обращение к различным интерактивным средствам: виртуальным экскурсиям, веб-ресурсам. Благодаря виртуальным экскурсиям, а именно литературно-художественным экскурсиям, участники книжного клуба могут являться очевидцами описанных в книге событий и взаимодействовать с объектами книжного мира. Аудиальное сопровождение, цитаты из произведения и интерактивные задания могут способствовать формированию эмоционально-оценочного

отношения к прочитанному. Веб-ресурсы, сайты проектов в области чтения, могут обеспечивать возможность целостного восприятия произведения с учетом контекста.

По формату встреч предпочтительно обращение к онлайн- и офлайн-формату. Онлайн-встречи не имеют пространственных и временных, а также географических ограничений, что обеспечивает возможность широкого выбора книг в отношении жанров, авторов и даже культур, обогащение читательского опыта. Офлайн-встречи позволяют работать с произведениями в процессе живого общения. Гибридный формат встреч может быть обогащен обращением к интерактивным средствам, реализуемым в онлайн-формате: интернет-викторинам, онлайн-проектам, совместным чтениям. Задания и вопросы интернет-викторин, направленные на выявление знания как ключевых, так и второстепенных аспектов произведения, могут способствовать осознанному и внимательному подходу к деталям текста. Создание онлайн-проектов в области чтения восходит к такому компоненту читательской культуры, как творческая деятельность, способствуя совместной работе участников по интерпретации произведений. Совместные чтения с использованием приложений для чтения способны повысить у участников клуба читательский интерес. Такие опции, как постановка целей по книгам, создание и прохождение челленджей, могут способствовать формированию устойчивого читательского интереса.

По способу организации выбор вида книжного клуба зависит от идеи основателя. Особый интерес представляют университетские книжные клубы, призванные способствовать формированию читательской культуры в студенческой среде. Они наделены возможностями повышения интереса к чтению у студентов, обогащения их читательского опыта, а также развития навыков коммуникации.

По возрасту участников релевантен выбор молодежного клуба. Он ориентирован на молодое поколение – людей в возрасте от 14 до 35 лет. В условиях функционирования при университете клуб объединит молодых людей от 18 до 22 лет.

По количеству участников наиболее эффективным представляется массовый книжный клуб. Открытость доступа и широта охвата расширяют возможности формирования читательской культуры у молодого поколения. Выражение эмоционально-оценочного отношения к прочитанному, устоявшийся интерес к чтению, читательская самостоятельность обретают в пространстве массового книжного клуба особый масштаб.

Книжный клуб как интерактивное средство формирования читательской культуры у молодого поколения обладает мощным потенциалом. Книжный клуб, посвященный высокой художественной литературе, видится наиболее эффективным с этой точки зрения. Выбор в пользу образовательного клуба с обращением к таким интерактивным средствам, как виртуальные экскурсии и веб-ресурсы, обеспечивает возможность целостного восприятия текста участниками и формирования эмоционально-оценочного отношения к нему. Гибридный формат встреч, дополненный различными формами онлайн-взаимодействия, такими как интернет-викторины, онлайн-проекты, совместные чтения, позволяет реализовать творческую деятельность и сформировать устойчивый читательский интерес. Университетский молодежный книжный клуб наделен богатыми возможностями в формировании читательской культуры у молодого поколения. Выбор в пользу массового создает масштабные перспективы в решении данной проблемы.

Библиографический список

1. Горбань М.М. Интерактивные средства формирования читательской культуры у молодого поколения (на примере творчества Ф. М. Достоевского) // Молодежь, наука, практика / Сборник научных трудов Юбилейной 65-й Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов в 2 томах. Том 2. С. 245-249.
2. Ланге Н.А. Роль художественной литературы в духовно-нравственном воспитании современной молодежи // Наука, образование и культура. 2019. № 9 (43). С. 30-33.

УДК 330.10

Фактор индустрии 4.0 в реализации цели технологического лидерства РФ

Докукин Н.И., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье анализируются перспективы вхождения Российской Федерации в технологическую парадигму Четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0) в рамках достижения национальной цели технологического лидерства.

Ключевые слова: четвертая промышленная революция, Индустрия 4.0, технологический суверенитет, технологическое лидерство

Национальная цель технологического лидерства на перспективу до 2036 года была сформулирована в Указе Президента РФ от 07.05.2024 № 309. Первым целевым показателем ее достижения в документе указано «обеспечение технологической независимости и формирование новых рынков по таким направлениям, как биоэкономика, сбережение здоровья граждан, продовольственная безопасность, беспилотные авиационные системы, средства производства и автоматизации, транспортная мобильность (включая автономные транспортные средства), экономика данных и цифровая трансформация, искусственный интеллект, новые материалы и химия, перспективные космические технологии и сервисы, новые энергетические технологии (в том числе атомные)»[1]. Сам термин «технологическое лидерство» в Федеральном законе от 28.12.2024 № 523-ФЗ трактуется как «технологическая независимость Российской Федерации, выражающаяся в разработке отечественных технологий и создании продукции с использованием таких технологий с сохранением национального контроля над критическими и сквозными технологиями на основе собственных линий разработки технологий в целях экспорта конкурентоспособной высокотехнологичной продукции и (или) замещения ею на внутреннем рынке продукции, создаваемой на базе устаревших и (или) иностранных технологий, а также превосходство таких технологий и продукции над зарубежными аналогами»[2].

В научной среде с начала XXI века укрепилось понимание, что мировая экономика входит в Четвертую промышленную революцию или Индустрию 4.0. Согласно идеологу данной концепции К. Швабу, книга которого вышла в 2016 году, новую парадигму формирует лидерство цифровых технологий, выступающих ее системообразующим ядром[3]. По его мнению, особенностями нового уклада выступают:

- 1) глубокая консолидация человеческого ресурса с физическими интеллектуальным капиталом, причем последний играет ключевую роль;
- 2) универсальность применения цифровых технологий высокая скорость их распространения во всех отраслях, по экспоненте;
- 3) интеграция различных дисциплин и открытий, что повысит потребность в специалистах широкого профиля, способных совмещать разные профессиональные функции;

4) сочетание технологических трендов (среди которых 3D-печать, передовая робототехника, новые материалы, беспилотные транспортные средства, и многие другие) и масштабных общественных преобразований.

Таким образом, достижение лидерства по ряду технологий – это только один, хотя и важнейший из аспектов становления Индустрии 4.0. Но в современных условиях его надо воспринимать комплексно. Так, например, в глобалистском подходе К. Шваба не акцентируется вопрос финансового обеспечения технологических трансформаций. Вместе с тем создание национальной платежной системы «Мир» и решение о развитии собственной финансовой инфраструктуры в России подкрепили курс на технологическое лидерство. Комплексный подход проявляется и в разнообразии отраслей, которые перечисляются в Указе Президента РФ № 309 в отношении технологического лидерства.

Биоэкономика. Производственный комплекс ПК-137 московского предприятия BIOCAD, являющегося резидентом особой экономической зоны "Технополис Москва". В рамках контракта предприятие выпускает 18 международных непатентованных наименований, которые входят в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов РФ. В химической промышленности происходит переход от ископаемого сырья к биополимерам. ГК «Титан» ведёт строительство завода стоимостью 500 млрд рублей для импортозамещения химпродукции, технологии будут основаны на переработке глубокой степени с включением биоразлагаемых компонентов. В Белгородской области биогазовые установки перерабатывают отходы животноводства, производя до 36 млн кВт·ч электроэнергии и тепла в год, что способствует переходу к возобновляемой электроэнергетике и снижению углеродного следа животноводческих регионов.

Технологии сбережения здоровья. Год назад директор Национального исследовательского центра эпидемиологии и микробиологии имени Н.Ф. Гамалеи А. Гинцбург заявил, что в нашей стране уже созданы условия для производства индивидуальных персонализированных вакцин от рака на основе технологии искусственного интеллекта [4]. ИИ сегодня - одна из наиболее перспективных цифровых технологий во многих сферах.

Продовольственная безопасность. Агрохолдинг «Мираторг» активно внедряет технологии точного земледелия и «цифрового фермера». Это включает использование спутникового мониторинга полей, дронов для анализа состояния посевов, датчиков IoT в животноводстве и систем управления цепочками поставок на базе Big Data. Такие решения позволяют значительно повысить урожайность и эффективность

производства, напрямую способствуя обеспечению продовольственной безопасности страны.

Беспилотные авиационные системы. Их значение особенно велико в военно-промышленном комплексе. Одним из самых современных беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) является «Изделие 53» под названием «Ланцет», разработчиком которого является компания «ZALA AERO GROUP», входящая в Концерн «Калашников» [5].

Средства производства и автоматизации. Госкорпорация Росатом в рамках своей дивизионной структуры реализует проект «Цифровизация промышленности». На заводах атомной отрасли внедряются «цифровые двойники» производственных линий, промышленный интернет вещей (IIoT) и роботизированные комплексы. Например, на Петрозаводском заводе, который входит в Росатом, используются станки с ЧПУ и роботы-сварщики, что позволяет автоматизировать ключевые процессы и повысить точность производства сложного оборудования.

Технологии транспортной мобильности. Их тестируют во многих странах. В России в качестве примера можно привести запуск беспилотных грузовиков по трассе М-11. Как заявляет РИА Новости, грузовики полностью оснащены отечественным оборудованием и ПО [6].

Экономика данных и цифровая трансформация. Данная сфера для большинства граждан нашей страны связана с работой портала Госуслуг. Сегодня это полноценная цифровая платформа, которая продолжает развиваться. Не так давно на ней запущен раздел «Жизненные ситуации», воспользовавшись которым гражданин получает сразу пакет сервисов, необходимых в тех или иных жизненных обстоятельствах.

Новые материалы и химия. Национальный исследовательский центр «Курчатовский институт» ведет разработки в области новых материалов. Одним из перспективных направлений является создание и исследование свойств высокотемпературных сверхпроводников (ВТСП), а также композитных материалов для авиации и космоса. Кроме того, компания «Русал» разрабатывает новые алюминиевые сплавы с улучшенными характеристиками для автомобильной промышленности и строительства, что является примером инноваций в области материаловедения.

Перспективные космические технологии и сервисы. госкорпорация «Роскосмос» работает над созданием многоспутниковой группировки «Сфера». Этот проект аналог системы Starlink.

Новые энергетические технологии. В атомной энергетике Россия является мировым лидером в развитии технологий замкнутого ядерного топливного цикла (ЗЯТЦ) и реакторов на быстрых нейтронах. Энергоблок

№4 Белоярской АЭС с реактором БН-800 (и строящийся БН-1200) — это ключевой элемент этого направления. Такие реакторы позволяют не только вырабатывать энергию, но и «дожигать» ядерные отходы, существенно расширяя топливную базу атомной энергетики и решая проблему радиоактивных отходов.

Таким образом, можно сделать вывод, что критические технологии, являющиеся атрибутами Четвертой промышленной революции, в России присутствуют. Это означает, что России предстоит не только продолжать генерацию современных технологий, но и активно развивать уже имеющиеся заделы для укрепления своего технологического суверенитета.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

2. Федеральный закон от 28.12.2024 № 523-ФЗ «О технологической политике в Российской Федерации».

3. Шваб К. Четвертая промышленная революция: пер. с англ. М.: Эксмо, 2025. 208 с.

4. Гинцбург рассказал о создании в России персонализированной вакцины от рака [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/25145678>.

5. «Ланцет» стал главным оружием СВО [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/10/05/2024.

6. Беспилотные грузовики начали курсировать по трассе М-11 между Москвой и Петербургом [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20240815/gruzoviki-1963256890.html>.

УДК 338

Оценка развития мер поддержки малого и среднего предпринимательства в Ярославской области

Иванова В.В., Малинова Д.М., студенты

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье анализируется региональная модель поддержки субъектов МСП в Ярославской области, основанная на принципах

дифференцированного регулирования. Особое внимание уделяется механизмам финансовой, имущественной и инфраструктурной поддержки. Прослеживается эффективность отраслевого подхода с приоритетом промышленности, IT и туризма, а также специализированных программ для начинающих предпринимателей и экспортноориентированных предприятий.

Ключевые слова: МСП, поддержка, бизнес, Ярославская область

В Ярославской области выстраивается развивающаяся экосистема для бизнеса, в которой субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП) воспринимаются в качестве основного двигателя экономического роста региона, а не вспомогательного элемента. Изучение применяемых инструментов господдержки демонстрирует наличие продуманной комплексной стратегии, ориентированной на формирование стабильной и способной к конкуренции деловой атмосферы.

Обязательным требованием для участия в программах поддержки выступает принадлежность компании к субъектам МСП. Данный статус регламентируется законодательно закрепленными количественными показателями. Ключевыми параметрами для данной дифференциации служат среднесписочная численность работников и годовой объем дохода предприятия. На основе этих критериев строится классификация МСП в Гражданском кодексе РФ (рис. 1), которая обеспечивает объективное разделение предприятий и равномерное распределение между ними ресурсов [2].



Рисунок 1. Основные характеристики МСП, представленные в Гражданском кодексе РФ

Динамика общего числа субъектов МСП в Ярославской области на протяжении 2022–2024 годов характеризуется положительной тенденцией, свидетельствующей о пополнении регионального рынка новыми предпринимателями. Небольшое сокращение количества предприятий, зафиксированное в сентябре 2025 года, объясняется влиянием сезонных колебаний, закрытием отчётного цикла или изменениями в экономической конъюнктуре, повысившими сложность ведения коммерческой деятельности.

Наиболее значимым для оценки стабильности сектора является показатель численности занятых в нём работников. Данный индикатор имеет восходящую динамику и последовательно превышает установленные целевые значения: с 235,9 тысяч человек в 2022 году до 246 тысяч в 2024 (табл. 1). Такой рост занятости указывает на трансформацию характера развития МСП: от простого увеличения количества фирм к качественному усилению существующих [1].

Таблица 1. Численность занятых в сфере МСП в Ярославской области за 2022–2024 гг. по данным Ярославльстата

Численность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей (тыс. чел.)					
2022		2023		2024	
план	факт	план	факт	план	факт
210,7	235,9	214,1	243,8	207,6	246

Изучение структуры сектора МСП является важным, поскольку оно демонстрирует серьезные трансформационные процессы, затрагивающие его внутреннее состояние (табл. 2).

Таблица 2. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Ярославской области за 2022–2025 гг. по данным Ярославльстата

Год	Количество субъектов малого и среднего предпринимательства					
	Всего	Малые предприятия (ед.)	Микропредприятия (ед.)	Средние предприятия (ед.)	ИП (ед.)	Самозанятые (тыс. чел.)
2022	49648	1699	21171	155	26623	> 44
2023	50 396	1674	19762	152	28808	> 67
2024	50881	1711	18780	155	30235	> 90
2025 (1 кв.)	51511	1704	18829	160	30823	> 98

Наиболее динамичным сегментом являются индивидуальные предприниматели (ИП), число которых выросло с 26 623 в 2022 году до 30 823 в 1 квартале 2025 года, что иллюстрирует прирост примерно на 16% за три года. Этот рост связан с упрощённой системой регистрации, снижением административных барьеров и растущим спросом на гибкие формы занятости, особенно в сфере услуг и онлайн-бизнеса.

Количество самозанятых граждан увеличилось с более чем 44 тысяч в 2022 году до более чем 90 тысяч в 2024 году, создавая значительный резерв для будущей формализации бизнеса и перехода в категорию ИП. Такой рост связан с популяризацией специального налогового режима для самозанятых (налог на профессиональный доход, НПД), который обеспечивает упрощенную регистрацию, минимальную налоговую нагрузку (4–6%) и отсутствие бюрократической отчетности.

В то же время наблюдается системное и устойчивое сокращение числа микропредприятий: с 21 171 единицы в 2022 году до 18 829 единицы в 1 квартале 2025 года, что представляет собой сокращение на почти 11,1%. Данная тенденция может интерпретироваться двояко: либо многие микропредприятия закрываются из-за нерентабельности или перехода в категорию ИП/самозанятых, либо часть микропредприятий успешно развивается и переходит в категорию малых предприятий, что частично подтверждается ростом последних с 1 699 в 2022 году до 1 704 в 1 квартале 2025 года [1].

На основании данных, представленных в таблице, видно, что в регионе наблюдается отсутствие динамики количества средних компаний: их число стабильно удерживается в пределах 155–160 единиц. Это означает наличие так называемого "разрыва масштаба", когда действующие механизмы поддержки не способствуют переходу малых фирм в категорию более крупных и устойчивых предприятий.

Региональная система поддержки МСП в Ярославской области — одна из самых комплексных в РФ. Она включает четыре ключевых блока:

1. Финансовая поддержка (через Фонд поддержки МСП и Региональную лизинговую компанию) включает:

- микрозаймы до 5 млн руб. под 8,25%;
- займы для начинающих предпринимателей до 500 тыс. руб. под 1%;
- льготный лизинг от 10% годовых и гарантийное обеспечение;
- Федеральные программы через ФРП (до 2 млрд руб. под 3–5%).

Эти инструменты снижают барьеры для входа на рынок и поддерживают ликвидность, что объясняет рост числа ИП и самозанятых. Однако для средних предприятий меры могут быть недостаточными.

2. Имущественная поддержка реализуется через:

- бизнес-инкубатор в Ярославле для компаний до 3 лет;
- промпарк «Мастер» в Тутаеве для производственных предприятий;

Доступ к недорогим площадям снижает стартовые издержки для начинающих и поддерживает малый бизнес в реальном секторе.

3. Информационно-консультационная и образовательная поддержка сосредоточена в Центре «Мой бизнес». Услуги варьируются от базовых консультаций по регистрации до продвинутых программ по цифровизации и управлению финансами. Это критически важно для повышения качества управления и устойчивости компаний, что отражается в росте численности занятых.

4. Налоговые льготы включают:

- специальный режим для самозанятых (налог на профессиональный доход - НПД) — ключевой драйвер их роста;
- льготы для резидентов Территорий опережающего развития (ТОР) и инвестиционные налоговые вычеты, стимулирующие крупные инвестиции и создание новых рабочих мест для местных МСП [3].

Режим НПД является главной причиной роста самозанятых. Льготы в ТОР и для крупных инвестпроектов направлены на привлечение крупного капитала и создание значимых производств, что в долгосрочной перспективе должно создать спрос на продукцию местных МСП и новые рабочие места.

Укрепление положения малого и среднего бизнеса в Ярославской области предполагает внедрение ряда мер:

1. Антикризисная поддержка микробизнеса: компенсация текущих издержек и предоставление сверхльготных микрозаймов для предотвращения сокращения числа микропредприятий.

2. Стимулирование роста малых компаний: запуск акселерационной программы с менторством, грантами на цифровизацию и приоритетным доступом к инвестиционным займам.

3. Легализация самозанятости: разработка образовательных программ и специальных финансовых механизмов для интеграции в формальный сектор экономики.

4. Продвижение региональной продукции: создание бренда «Сделано в Ярославии» и усиление маркетинговой поддержки через Центр экспорта.

5. Оптимизация мер поддержки: проведение аудита существующих инструментов господдержки с целью упрощения процедур доступа.

Реализация данных мер позволит не только сохранить положительную динамику, но и обеспечить переход от количественного роста к качественному развитию сектора МСП.

Библиографический список

1. Информация о состоянии малого и среднего предпринимательства Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-der/activity/predprinimatelstvo/informatsiya-o-sostoyanii-predprinimatelstva>.

2. Какие бывают виды бизнеса в России [Электронный ресурс] URL: <https://www.tbank.ru/business/blog/business-types>.

3. Региональные меры поддержки бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/upload/medialibrary/1f0/dsv3a4sqaqmcox3ybwjpnitdvnf8wvri/Меры%20поддержки%20МСП%20ЯО.pdf>.

УДК 35.082

Муниципальная служба в РФ: проблема кадрового обеспечения

Игнаткова В.А., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются современные проблемы кадрового обеспечения муниципальной службы в Российской Федерации. На основе анализа нормативно-правовой базы, современных исследований и статистических данных подробно раскрываются такие негативные тенденции, как количественный дефицит персонала, старение кадрового состава, высокая текучесть и низкая доля молодежи в системе муниципальной службы.

Ключевые слова: кадры, кадровое обеспечение, муниципальная служба

Как свидетельствуют статистические данные и результаты исследований, в РФ наблюдается устойчивый кризис кадрового обеспечения органов местного самоуправления (МСУ). Он проявляется в сокращении численности муниципальных служащих, их «старении», высокой текучести кадров и критически низкой доле молодежи, что в совокупности создает угрозу деградации управленческого потенциала на

местном уровне. Фундаментальная проблема заключается критическом дисбалансе между высокой общественной значимостью муниципальной службы и системной неспособностью привлечь, сохранить и развивать квалифицированные кадры, необходимые для эффективного выполнения ее функций.

Основным нормативным актом в данной сфере служит Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» [1]. Современный контекст в отрасли определяется новейшими изменениями, внесёнными Федеральным законом от 20.03.2025 № 33-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти» [2]. Он проявляется в усложнении задач, стоящих перед органами местного самоуправления: реализация национальных проектов, цифровизация, вовлечение населения в управление, необходимость межведомственного взаимодействия и работы в многофункциональной среде. Всё это предопределяет усиление внимания к стимуляции, обучению и омоложению кадрового состава.

Диспропорция в уровне оплаты труда между публичным и частным сектором создает серьезные барьеры для привлечения и удержания квалифицированных кадров. Как отмечает председатель Счетной палаты Т. Голикова, отличия в 2–3 раза заработной платы работников одной и той же категории свидетельствуют об искажении принципов денежного содержания служащих [3].

Анализ литературы позволяет выделить ключевые проблемы в кадровом обеспечении муниципальной службы в РФ:

1. Количественный дефицит («кадровый голод»). Проблема замещения вакантных должностей особенно остро стоит в малых городах и сельских поселениях. По данным исследований, в Архангельской области общая потребность в муниципальных служащих составляет более 300 человек, при этом наибольшая потребность отмечается в специальностях финансового блока (68 вакансий). В некоторых муниципалитетах текучка кадров в отдельных подразделениях администраций составляет до 40% [4].

2. Нехватка узкопрофильных специалистов представляет собой критическую проблему современной муниципальной службы. Особенно остро ощущается дефицит экономистов, юристов, проектных менеджеров и IT-специалистов. Проблема усугубляется тем, что муниципальные служащие часто не в состоянии решать задачи, которые ставит перед ними общество [5].

3. Качественный дисбаланс. «Старение» кадров является одной из наиболее серьезных и долгосрочных проблем муниципальной службы. Удельный вес молодежи до 30 лет на муниципальных должностях составляет около 13%, что гораздо меньше, чем на государственных должностях, и имеет тенденцию к снижению. Среди мужчин, занимающих выборные муниципальные должности, примерно одну четвертую часть (24,3%) составляют лица в возрасте старше 65 лет [6].

4. Проблема мотивации. Низкий уровень оплаты труда является ключевым демотивирующим фактором. По статистическим данным на конец 2022 года, средний уровень зарплаты муниципального служащего по России составил 48,3 тыс. рублей. Зарплата госслужащих в 1,5 раза, что осложняет привлечение специалистов, делает состав кадров менее профессиональным [7].

5. Ограниченность карьерных перспектив создает «вертикальный» потолок в рамках одного муниципалитета. В отличие от государственной службы, где существуют возможности горизонтальной и вертикальной мобильности между различными уровнями власти, муниципальная служба характеризуется замкнутостью карьерных траекторий [8].

Таким образом, проведенный анализ проблем кадрового обеспечения муниципальной службы свидетельствует о системном кризисе профессиональной подготовки. Его решение требуют комплексного подхода на трех уровнях: совершенствование правового и финансового регулирования, развитие кадрового потенциала изнутри и повышение общественного престижа службы. Только синхронная реализация мер по выравниванию социальных гарантий с государственной службой, внедрению системы непрерывного профессионального развития и созданию привлекательных условий для молодых специалистов может обеспечить устойчивое кадровое обеспечение органов МСУ.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 02.03.2007 № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 20.03.2025 № 33-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти».
3. Голикова рассказала о диспропорции в размере зарплат чиновников [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news>.
4. Дефицит муниципальных служащих в Поморье составляет 240 человек [Электронный ресурс]. URL: <https://m.region29.ru>.

5. Актуальные проблемы формирования кадрового резерва в органах местного самоуправления [Электронный ресурс]. URL: <https://sovgavadm.khabkrai.ru/Mestnoesamoupravlenie/Municipalnayasluzhba>.

6. Шабалина Т.А. Проблемы кадрового обеспечения муниципального управления // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 1–2. С. 215–218.

7. Зарплаты чиновников в России [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>.

8. Масилова М.Г., Лобов В.Е. Проблемы кадрового обеспечения органов местного самоуправления и пути их решения // Территория новых возможностей. 2019. № 4. С. 170–178.

УДК 378.14

Исследование отношения студентов к различным видам внеучебной деятельности

Клюшин Д.А., Соболев С.А., студенты

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В представленной статье авторами проведены результаты исследования среди учащихся ярославских высших учебных заведений. Приведены достопримечательности Ярославля, посещение которых привлекает молодых людей, а также персоналии, встреча с которыми рассматривается молодежью как стимул для саморазвития.

Ключевые слова: опрос, исследование, молодежь, внеучебная деятельность

Ярославская область — регион с богатой историей, культурой и уникальными локациями [1]. Молодёжь играет важную роль в сохранении и развитии культурного наследия области. Мы провели опрос среди студентов, чтобы понять, какие достопримечательности и значимые личности вызывают наибольший интерес. Задача исследования — выявить, какие места молодёжь считает наиболее привлекательными для посещения, а также с какими известными уроженцами они хотели бы встретиться. Это поможет лучше понять культурные и образовательные потребности студентов во внеучебной деятельности, а также

сформировать предложения по развитию туристической и просветительской политики в регионе.

В опроснике респондентам предлагались достопримечательности из сферы культуры, а также познавательные объекты, посещение которых во внеучебное время будет способствовать профессиональной подготовке студентов:

1. Ярославский государственный историко-архитектурный музей-заповедник. В состав музея-заповедника входят ансамбль бывшего Спасо-Преображенского монастыря — архиерейского дома (основан в XIII веке), а также памятники ярославской архитектуры и живописи XVII века — церкви Ильи Пророка, Иоанна Златоуста, Иоанна Предтечи, Николы Надеина, Рождества Христова, Богоявления;

2. Театр драмы имени Ф. Волкова- Российский государственный академический театр драмы имени Фёдора Волкова — старейший драматический театр России, первый русский общедоступный профессиональный театр;

3. Свято-Введенский Толгский женский монастырь Ярославской епархии Русской православной церкви, расположенный в Ярославле на левом берегу Волги. Введенский собор (1681–1683) с росписью 1690 года;

4. Губернаторский дом в Ярославле — художественный музей. В здании размещена экспозиция «Русское искусство XVIII–XX веков». Здесь можно увидеть картины классиков русской изобразительной школы, полотна мастеров русского авангарда, советское официальное и альтернативное искусство, а также произведения современных авторов;

5. Ярославская областная дума - постоянно действующий высший и единственный орган законодательной власти в Ярославской области;

6. Петропавловский парк - один из старейших парков в Ярославле, находится в южной части города на бывшей территории Ярославской Большой мануфактуры (Полотняного двора);

7. Отделение по Ярославской области Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному федеральному округу - в здании регулярно проводятся интересные экскурсии, на которых можно увидеть и узнать, как хранятся деньги и золото РФ;

8. Ярославская областная универсальная научная библиотека имени Н.А. Некрасова - государственное автономное учреждение культуры Ярославской области, крупнейшее книгохранилище региона.

Организация	Количество ответов	Процент
-	30	30,4 %
Арена-2000	6	13 %
Любой административный орган	2	2,1 %
Музей СВО	2	2,1 %
Мэрия Ярославля	2	2,1 %
Производство мороженого	2	2,1 %
Церковь Ильи и Елены Преподобных	2	2,1 %
Не знаю	2	2,1 %

Самыми популярными ответами оказались:

- 1 место - любые органы административной власти (отмечено 10 респондентами самостоятельно).
- 2 место - Театр драмы имени Ф. Волкова.
- 3 место разделяют между собой музей СВО и Мэрия города.

3 место разделяют между собой музей СВО и Мэрия города Ярославля.

1. Боровицкий Михаил Васильевич - политический и общественный деятель, председатель Ярославской областной Думы (с 2013 по 2018 год и с 2021 года).

3. Артём Владимирович Молчанов — российский государственный деятель, мэр Ярославля с 11 ноября 2022 года; доцент кафедры конкурентного права МГЮА им. О.Е. Кутафина, преподаватель МГУ им. М.В. Ломоносова и СПбГУ.

Так же, как и в опросе по достопримечательностям, студентам предлагалось самостоятельно назвать личность, с кем бы они хотели встретиться. Диаграмма по результатам опроса изображена на рисунке 2.

Рисунок 2. Результаты опроса по личностям, с которыми студентам хотелось бы встретиться во внеучебной деятельности

1 место - Владимир Владимирович Путин (ответ, сформулированный респондентами самостоятельно).

3 место разделяют между собой певец Shaman (настоящее имя — Ярослав Юрьевич Дронов) и Михаил Яковлевич Евраев (ответы, сформулированные респондентами самостоятельно).

Библиографический список

Инновационное развитие Ярославской области: анализ динамики и кластерный потенциал

Круглов К.А., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье проведен анализ динамики инновационного развития Ярославской области за последние годы. Выявлены противоречивые тенденции роста затрат на инновационную деятельность и снижения экспорта инновационной продукции. Для активизации инновационного развития подчеркивается перспектива реализации кластерного потенциала региона.

Ключевые слова: регион, инновационное развитие, экспорт инновационной продукции, кластерный потенциал

В период глобальной цифровой трансформации экономических систем способность регионов создавать, адаптировать и внедрять инновации становится ключевым фактором устойчивого развития и поддержания конкурентоспособности национальной экономики. Для промышленно развитых субъектов Российской Федерации, к которым, безусловно, относится и Ярославская область, инновационная повестка становится важнейшим вектором адаптации к новой экономической реальности, характеризующейся технологической сложностью и высокой динамикой изменений.

Целью исследования является выявление тенденций инновационного развития Ярославской области на основе актуальных статистических данных, а также оценка потенциала кластерной модели в регионе.

Анализ статистических данных позволяет выявить ряд тенденций, характеризующих инновационную деятельность в Ярославской области. Мы наблюдаем выраженную положительную динамику по целому ряду параметров, свидетельствующую о повышении спроса на инновации как со стороны бизнеса, так и со стороны государства (рис. 1).

Как показывают данные, совокупные затраты организаций региона на инновации увеличились более чем в 4 раза – с 8006,0 млн руб. в 2020 году до 33711,3 млн руб. в 2023. Аналогичная положительная динамика характерна и для затрат на исследования и разработки, объем которых за

тот же период вырос с 8758 млн руб. до 26505 млн руб. Рост инвестиций сопровождается увеличением объема выполняемых научно-технических работ, что указывает на активизацию научно-производственной деятельности в регионе.

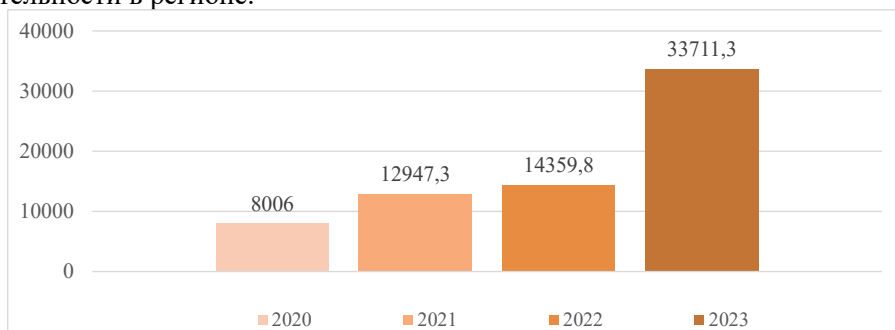


Рисунок 1. Затраты на инновационную деятельность в Ярославской области, млн. руб. [1]

Важным результатом данного инвестиционного бума стала успешная коммерциализация инноваций на внутреннем рынке. Объем отгруженных инновационных товаров собственного производства демонстрирует устойчивый рост: с 25885,0 млн руб. в 2020 году до 42996,5 млн руб. в 2023. При этом доля инновационной продукции в общем объеме отгрузки инновационно-активных организаций стабильно превышает 90%, что свидетельствует о глубокой интеграции инноваций в производственные процессы ведущих предприятий области.

Однако не всё так однозначно положительно. За такой благополучной картиной скрываются серьезные структурные дисбалансы, которые сильно ограничивают потенциал инновационного роста региона [2]. Наиболее критичным из этих дисбалансов, по нашему мнению, является снижение объемов экспорта инновационной продукции. Если в 2020 году поставки за пределы РФ составили 1010,7 млн руб. (3,6% от общей отгрузки), то в 2023 году этот показатель достиг 70,5 млн руб. (0,2%). Это свидетельствует о том, что инновационная продукция Ярославской области не обладает достаточной конкурентоспособностью на международных рынках и ориентирована преимущественно на внутреннего потребителя, что в долгосрочной перспективе ограничивает потенциал роста.

Еще одним примером дисбаланса в инновационном развитии области является ориентация на прикладные разработки и модернизацию по сравнению с фундаментальными и прикладными исследованиями.

Большая часть внутренних текущих затрат на НИОКР направляется на разработки (12484 млн руб. в 2023), в то время как на фундаментальные и прикладные исследования совокупно приходится менее 2 млрд руб. Такая структура обеспечивает быструю отдачу, но создает риски истощения технологического задела в будущем.

Острой остается и проблема воспроизводства кадрового потенциала. Общая численность персонала, занятого исследованиями и разработками снизилась (с 6316 в 2015 году до 6235 человек в 2023), а также количество исследователей, имеющих ученые степени, продолжает сокращаться (с 877 в 2015 году до 713 в 2023), что указывает на серьезный кризис подготовки научной элиты региона.

Можно сделать вывод, что инновационное развитие Ярославской области демонстрирует модель «догоняющей модернизации»: быстрый рост инвестиций в освоение и адаптацию новых технологий при сохранении зависимости от внутреннего рынка и недостаточном внимании к прорывным исследованиям и подготовке научных кадров. Преодоление этих структурных дисбалансов является необходимым условием для перехода к более устойчивой и конкурентоспособной модели роста.

Мировой опыт показывает, что активизации инновационной деятельности способствует кластерная модель организации производств. В нашем регионе успешно развивается межрегиональная кооперация, что подтверждается созданием кластеров автокомпонентов и «Специальной техники», объединяющих предприятия нескольких субъектов РФ и создающих значительное количество рабочих мест (суммарно более 11 тыс.) [3]. Важным активом является наличие в Ярославской области кластеров с уникальной специализацией: атомный (г. Рыбинск) и биотехнологический (г. Углич), формирующие нишевые компетенции инновационного развития.

Однако потенциал кластерной модели реализован не полностью. Из 13 перспективных направлений, обозначенных в Концепции кластерной политики региона 2009 года [4], реализовано на текущий момент лишь четыре. Критической проблемой остается отсутствие измеримых показателей инновационной активности внутри кластеров (например, объем затрат на НИОКР), что не позволяет оценить их вклад в генерацию новых знаний и технологий, а не только в производственную кооперацию.

По проведенному анализу можно сделать несколько выводов. Будучи включенной в трансформацию национальной экономики, Ярославская

область, с одной стороны, демонстрирует уверенный рост инвестиционной активности в сфере инноваций и технологической модернизации, опираясь на формирующуюся кластерную структуру; рост затрат на исследования и разработки, увеличение объема отгруженной инновационной продукции и численности научного персонала свидетельствуют о верном выборе курса. С другой стороны, выявленные структурные дисбалансы – критическое сокращение экспорта инноваций, слабая ориентация на фундаментальные и прикладные исследования, а также неполная реализация кластерного потенциала – указывают на то, что текущая модель развития носит характер «догоняющей модернизации», что создаёт риски в долгосрочной перспективе. Следует усилить инновационное ядро кластеров, связав его напрямую с научно-образовательным комплексом через механизмы проектного обучения и совместных НИОКР. Реализация данных мер позволит Ярославской области перейти от экстенсивного наращивания затрат на инновации к качественному росту на основе генерации и коммерциализации собственных прорывных решений, обеспечив тем самым долгосрочное устойчивое инновационное развитие.

Библиографический список

1. Ярославская область. 2024: статистический сборник. Ярославль: Ярославльстат, 2024. 383 с.
2. Факторы ускорения роста региональной экономики в условиях современных вызовов: коллект. монография. Ярославль, 2024. 192 с.
3. Атлас промышленности [Электронный ресурс]. URL: <https://gispr.gov.ru/gisip/#/sections/parks:2326/map/35.143208,56.266947/5/parks:wkeC?lng=ru>.
4. Постановление Правительства Ярославской области от 30.06.2009 № 650-п «Об утверждении Концепции кластерной политики Правительства области».

УДК 351:004

Становление и развитие системы государственного управления в России: исторический путь к цифровой трансформации

Курицын И.П., Товмасын Н.Э., студенты

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. В статье исследуется эволюция государственного управления в России — от истоков в Древней Руси до современного этапа цифровой трансформации. Выделены ключевые исторические этапы, их характеристики и инструменты управления. Особое внимание уделено переходу к цифровой парадигме, внедрению платформ типа «Госуслуги», аналитических систем и проблемам, сопровождающим этот процесс. Подчёркивается преемственность централизации власти и адаптационный потенциал системы в условиях вызовов информационного общества.

Ключевые слова: государственное управление, цифровизация, исторические этапы

Эволюция системы государственного управления в России представляет собой масштабный процесс адаптации властных институтов к вызовам времени. Сегодня, в эпоху информатизации и цифровизации, этот процесс вступил в качественно новую фазу, характеризующуюся внедрением цифровых технологий в основные управленческие процессы. Понимание текущих преобразований невозможно без ретроспективного анализа, позволяющего выявить устойчивые тенденции и ключевые факторы развития». Цель научной работы – определить путь становления российской модели государственного управления от ее истоков до современной цифровой трансформации, выделив определяющие черты каждого исторического этапа.

Зарождение основ государственного управления на территории Древней Руси (IX–XII вв.) было связано с необходимостью консолидации разрозненных племен под властью князя. Основными функциями князя являлись поддержание порядка, сбор дани (полюдье) и оборона территории. Управление носило персонифицированный характер и опиралось на личный авторитет князя и его дружины, а также на институт вече, что свидетельствует о сочетании монархических и общинных начал. Нормативное регулирование властных отношений находилось в зачаточном состоянии.

Значительную трансформацию система претерпела в период правления Ивана IV Грозного, когда основной задачей стали централизация власти и усиление контроля над быстро растущей территорией. Реформы Избранной рады, в частности создание системы приказов — отраслевых органов управления (Посольский, Поместный, Разрядный), заложили основы профессионального бюрократического аппарата. Земская и военная реформы способствовали упорядочиванию управления на местах и укреплению обороноспособности. Этот период

ознаменовал переход от удельной раздробленности к централизованному государству с развивающимся административным аппаратом.

Кардинальную модернизацию управленческой системы осуществил Петр I. На смену устаревшим приказам пришли коллегии, что позволило централизовать и специализировать управление. Важнейшим нововведением стало создание в 1722 году Табели о рангах, которая законодательно закрепила иерархию чинов и открыла путь на государственную службу для выходцев из разных сословий на основе личных заслуг и уровня образования. Административно-территориальная реформа, разделившая страну на губернии, провинции и уезды, создала унифицированную систему регионального управления. Эти меры были направлены на создание эффективного, профессионального и подконтрольного центру аппарата управления империей.

В XIX — начале XX века система государственного управления России характеризовалась дальнейшей бюрократизацией и усложнением. Реформы Александра I, заменившие коллегии министерствами и учредившие Государственный совет, усилили централизацию и функциональное разделение властных полномочий. Реформы Александра II, особенно введение земского и городского самоуправления, были направлены на попытку децентрализации и вовлечения общества в управленческие процессы. Однако доминирующей чертой оставалась жесткая вертикаль власти, а бюрократический аппарат достиг значительных размеров, что порождало известную инерционность и отрыв от общества.

Советский период ознаменовался созданием принципиально новой, партийно-советской системы управления. Формально провозглашённое народовластие через Советы на практике подменялось диктатурой Коммунистической партии, которая осуществляла тотальный контроль над всеми сферами жизни. Управление носило мобилизационный, планово-распределительный характер и было подчинено идеологическим доктринам. Гиперцентрализация и отсутствие рыночных механизмов, при определенных успехах в индустриализации, в конечном счете привели к системному кризису управляемости.

Распад СССР и формирование Российской Федерации потребовали построения новой системы управления, адекватной демократическим и рыночным принципам. Ключевыми шагами стали принятие Конституции 1993 года, законодательное определение статуса государственного служащего (Федеральный закон «Об основах государственной службы Российской Федерации» 1995 г.) и административная реформа 2000-х

годов, которая оптимизировала структуру исполнительной власти, разграничив полномочия между министерствами, службами и агентствами [1]. Схематично этапы развития представлены в таблице 1.

Таблица 1. Сравнение периодов развития государственного управления в России

Период	Ключевые характеристики	Основные инструменты управления
Древняя Русь (IX–XII вв.)	Персонифицированная власть князя, сочетание монархических и общинных начал (вече), отсутствие развитого бюрократического аппарата	Личная власть князя, Дружина, обычаи, полюдь
Централизованное государство (XVI–XVII вв.)	Создание централизованного аппарата, начало бюрократизации, усиление контроля над территориями	Система приказов, земское и губное самоуправление, Соборное уложение
Имперский (XVIII - нач. XX вв.)	Создание профессиональной бюрократии, унификация и централизация на основе законов, попытки децентрализации (земства)	Коллегии/министерства, Табель о рангах, губернская реформа, свод законов
Советский (1917–1991 гг.)	Партийная монополия, гиперцентрализация, плановая экономика, идеологизация управления, мобилизационный характер	Командная система, пятилетние планы, номенклатура, партийные директивы
Современный (с 1991 г.)	Построение системы, адекватной рыночной экономике и федеративному устройству. Переход к цифровой парадигме	Конституция, административная реформа, электронное правительство, цифровые платформы (гос-услуги), data-driven управление

Современный этап развития государственного управления в России неразрывно связан с процессами цифровизации. Это является ответом на глобальные вызовы и внутренние потребности в повышении эффективности, прозрачности и качества предоставления государственных услуг. Внедрение цифровых технологий берет начало с момента создания официальных сайтов органов власти и развития национальных проектов в сфере информационных технологий [2]. Переломным моментом стало создание и массовое внедрение Единого портала государственных и муниципальных услуг (Госуслуги). Этот портал стал ключевым элементом «электронного правительства», позволившим гражданам в режиме одного окна получать широкий спектр услуг, от записи к врачу до подачи налоговой декларации, что кардинально сократило транзакционные издержки и минимизировало коррупционные риски.

Цифровая трансформация постепенно охватывает и внутренние процессы управления. Внедрение систем электронного документооборота (СЭД), систем межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) и аналитических платформ на основе больших данных и искусственного интеллекта меняет саму логику принятия управленческих решений, делая ее более быстрой, обоснованной и основанной на данных. Такие инициативы, как создание «цифровых профилей» граждан и бизнеса, развитие платформы «Гостех» и эксперименты с использованием технологий распределенных реестров (блокчейн) для повышения прозрачности государственных закупок и реестров, указывают на движение в сторону модели «государства как платформы». Однако этот процесс сталкивается с вызовами, включая цифровое неравенство, проблемы кибербезопасности, сопротивление бюрократического аппарата и необходимость развития цифровой компетентности госслужащих.

Проведенный анализ показывает, что система государственного управления в России прошла сложный эволюционный путь от персонифицированной власти князей к сложному, централизованному бюрократическому аппарату, а затем к его кардинальной трансформации в конце XX века. Сквозной тенденцией на протяжении столетий оставалась централизация власти, обусловленная необходимостью управления обширными территориями.

Современный этап, характеризующийся активной цифровизацией, является закономерным ответом на вызовы глобализации и информационного общества. Цифровая трансформация — это не просто техническое обновление, а смена управленческой парадигмы, переход к сетевому, сервисно-ориентированному управлению. Успех этой трансформации будет зависеть от решения комплекса проблем, включая преодоление цифрового разрыва, обеспечение кибербезопасности и формирование новой цифровой культуры внутри самого государственного аппарата. Исторический опыт свидетельствует, что российская система управления демонстрирует значительный адаптационный потенциал, и от того, насколько эффективно он будет реализован в условиях цифровой эпохи, зависит будущая конкурентоспособность и устойчивость государственного развития.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 31.07.1995 № 119-ФЗ «Об основах государственной службы Российской Федерации».

2. Основы государственного управления в Российской Федерации в современных условиях / С.Г. Аксенов, Д.Р. Мамлеева, Г.Ю. Каримова. Уфа: Уфимский юридический институт МВД РФ, 2022. – 48 с.

УДК 327.5:316.7

Влияние культурных различий на международные отношения и контрмеры

Лу А.Д., студент

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. В условиях глобализации проблема межкультурного взаимодействия обостряется. Исследование направлено на анализ ключевых барьеров, в международных отношениях и разработку мер по их преодолению. Методологическую основу составили теория культурных измерений и концепция высоко- и низкоконтекстных коммуникаций. Выявлены значимые зоны риска в переговорах, управлении проектами и дипломатии.

Ключевые слова: международные отношения, культурные барьеры, социальная поляризация

Формирующийся многополярный мир актуализирует проблему взаимного непонимания, коренящегося в фундаментально различных моделях мировосприятия и коммуникации. Теоретические рамки, предложенные Г. Хофстеде (анализ культурных измерений) и Э. Холлом (высоко- и низкоконтекстные культуры), сохраняют свою актуальность, находя отражение в современных практиках международного взаимодействия. Так, ожиданий четких, прямых высказываний и детального юридического закрепления договоренностей представителями деловых кругов Германии или США часто противоречит подходу их коллег из Японии или Китая, где первостепенное значение придается установлению неформальных, доверительных отношений. Подобное столкновение подходов не только приводит к взаимному недоверию, но и влечет существенные финансовые потери. Согласно исследованиям, 30% сделок не достигают финансовых целей из-за конфликтов на рабочем месте. В сфере M&A 43% сделок теряют стоимость или сталкиваются с задержками из-за культурных разрывов. При этом 67% объединенных компаний испытывают задержки в достижении синергии из-за трудностей

интеграции [1]. Наглядно эти различия проявляются в ключевых аспектах делового взаимодействия, что отражено в таблице 1.

Таблица 1. Проявление культурных различий в международном бизнесе [2]

Аспект	Низкоконтекстные культуры (США, Германия)	Высококонтекстные культуры (Япония, Китай)
Стиль коммуникации	Прямой, явный, ориентированный на задачу. Смысл в словах.	Косвенный, нюансированный, ориентированный на отношения. Смысл в контексте.
Принятие решений	Быстрое, индивидуальное, основанное на анализе фактов.	Медленное, коллегиальное, направленное на достижение консенсуса.
Восприятие контракта	Итоговое, детализированное юридическое соглашение.	Формальное подтверждение достигнутого доверия.
Разрешение конфликтов	Прямая конфронтация, открытое обсуждение проблемы.	Непрямые подходы, стремление сохранить гармонию.

Источник: составлено автором

Современные вызовы международному сотрудничеству, усугубляемые глобальными тенденциями социальной поляризации и дезинформации, находят свое непосредственное продолжение в процессах цифровой трансформации. Если социальная поляризация закрепляет восприятие иной культуры через призму стереотипов, а дезинформация подрывает базовое доверие, необходимое для диалога, то интенсивная цифровизация делового взаимодействия создает технологическую основу для этих рисков.

Проблема фрагментации коммуникационной среды, когда международные команды одновременно используют корпоративные системы (Microsoft Teams) и публичные мессенджеры (WhatsApp, WeChat), ведет к разрушению единого информационного поля. Это проявляется в двух ключевых аспектах: потере контекста (когда культурные нюансы и неформальные договоренности остаются за пределами официальных каналов) и рисках утечки конфиденциальных данных. В итоге технологическое разнообразие не преодолевает, а маскирует традиционные коммуникационные барьеры, создавая иллюзию

связанности при реальной эрозии прозрачности и управляемости, что в конечном счете блокирует возможность достижения консенсуса [3; 4].

Снижение негативного влияния культурного фактора достигается за счет реализации взаимодополняющих практик в следующих ключевых областях:

1. Целевая подготовка каров и развитие культурного интеллекта. Базовый мерой является внедрение программ, выходящих за рамки теоретических лекций. Современное обучение должно включать разбор реальных кейсов, симуляции переговоров и развитие навыков активного слушания и эмпатии. Ключевая задача – воспитать у сотрудников гибкость мышления и умение адаптировать свое поведение, что особенно важно в условиях цифровой коммуникации, где невербальные сигналы часто отсутствуют.

2. Формирование инклюзивной корпоративной культуры. Вместо попыток унификации предпочтительна стратегия, признающая ценность культурного разнообразия. Успех заключается не в навязывании единого стандарта, а в выработке новых, гибридных ценностей, объединяющих лучшие практики. Такой подход способствует созданию среды, которая минимизирует недопонимание, вызванное различиями в восприятии и интерпретации информации.

3. Адаптация коммуникационных протоколов к глобальному контексту. Руководитель международной команды должен уметь гибко переключаться между стилями общения. Важно учитывать не только национальные особенности, но и современные вызовы, такие как работа в распределенных командах и использование множества цифровых платформ. Четкость, своевременность и стандартизация коммуникационных процессов становятся критически важными в этих условиях.

Проведенный анализ демонстрирует, что в условиях формирующегося многополярного мира культурные различия трансформируются из потенциального осложнения в стратегический риск, оказывающий прямое воздействие на экономические результаты.

Актуальность теоретических моделей Хофстеде и Холла подтверждается не только устойчивыми паттернами в деловом взаимодействии, но и конкретными финансовыми потерями, как это иллюстрируют данные о срыве сделок и проблемах интеграции в M&A.

Усугубляющим фактором выступает цифровая трансформация, которая, создавая иллюзию глобальной связанности, на деле маскирует и углубляет традиционные коммуникационные барьеры.

Представленные меры – развития культурного интеллекта, формирование инклюзивной среды и адаптация коммуникационных протоколов – образуют не разрозненные действия, а единую систему противодействия рискам. Их комплексная реализация позволяет перейти от реагирования на последствия недопонимания к проактивному построению устойчивых и эффективных международных партнерств.

Библиографический список

1. WhyculturegapscauseM&Afailures [Электронный ресурс]. URL: <https://www.phoenixstrategy.group/blog/why-culture-gaps-cause-ma-failures>.
2. Бедрицкая Л.В. Деловой английский язык. Минск: Белорусский Дом печати, 2014. 320 с.
3. Диреев И.Д. Дезинформация в средствах массовой информации: проблемы, вызовы и пути решения // Litera. 2025. № 1. С. 106–119.
4. Цена ошибки: как плохие коммуникации влияют на эффективность бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://big-i.ru/karera/kommunikatsii/tsena-oshibki-kak-plokhie-kommunikatsii-vliyayut-na-effektivnost-biznesa/>.

УДК 338.47

Влияние санкций на российскую логистику и адаптация отрасли

Малькова К.Е., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Красноярский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается, как международные санкции повлияли на логистическую отрасль России и какие меры были приняты для адаптации. Приводятся основные ограничения (транспорт, страхование, технологии) и их последствия: изменение маршрутов перевозок, рост затрат и новые риски.

Ключевые слова: санкции, логистика, транспорт, маршруты, страхование, технологии, издержки, риски

Международные санкции в отношении России создали серьезные вызовы для транспортно-логистической отрасли. Ограничения на перевозки, запреты на заход судов в порты и пролеты самолетов, уход иностранных перевозчиков и страховщиков – все это нарушило привычные цепочки поставок. В результате возникли задержки, выросли

затраты и увеличились сроки доставки грузов. Тем не менее, отрасль продемонстрировала способность к адаптации. Российские логистические компании оперативно перестроили маршруты через страны, не поддерживающие санкции, разработали новые схемы доставки и начали использовать альтернативные каналы для импорта и экспорта. Широко внедряются цифровые технологии для мониторинга цепочек поставок и санкционных списков, что позволяет снизить риски сбоев. Появились новые логистические хабы в дружественных государствах, обеспечивающие транзит товаров, минуя недоступные направления. Также были найдены решения в сфере страхования и финансов: российские страховщики и банки частично заменили ушедших иностранных партнеров, а расчеты перешли на альтернативные валюты и платежные системы. Таким образом, несмотря на санкционное давление, непрерывность основных потоков товаров удалось сохранить, хотя и ценой усложнения процессов и роста издержек. В последующих разделах кратко изложены контекст введения санкций, их влияние по ключевым направлениям (транспорт, технологии, страхование), примеры изменения маршрутов, оценка дополнительных затрат для отрасли и новые риски.

Антироссийские санкции вводились поэтапно и многими странами. Первые существенные ограничения начались в 2014 году, а беспрецедентно широкие меры были приняты с начала 2022 года в ответ на эскалацию конфликта на Украине. Санкции инициировали США, Европейский союз, Великобритания, Канада, Япония, Австралия и другие государства. Они затронули финансовый сектор, энергетическую и оборонную промышленность, высокие технологии, а также транспортную сферу. Для логистики это означало ограничения на использование определенных маршрутов, запрет доступа российских перевозчиков к инфраструктуре некоторых стран и резкое снижение объемов внешней торговли. В частности, с 2022 года европейские страны закрыли свои порты для большинства российских судов и воздушное пространство для российских авиакомпаний. Было запрещено перевозить в Россию многие категории товаров, включая оборудование и запчасти, и ввели ограничения на экспорт российских товаров (нефть, уголь, металлургия) в третьи страны. Эти меры создали новый контекст, в котором российским логистическим компаниям пришлось срочно искать пути обхода ограничений и перестраивать цепочки поставок.

Санкции существенно осложнили международные перевозки. Так, торговый оборот России с Европой резко сократился, а грузовые машины российских транспортных компаний перестали пропускать через границы

ЕС. Запреты на заход российских судов в европейские порты и на пролёт самолетов через территорию ряда государств вынудили перевозчиков менять пути следования. Крупные морские линии (Maersk, MSC и др.) в 2022 году свернули заходы судов в Балтийские и Черноморские порты России, что привело к падению контейнерооборота на европейском направлении (например, в порт Санкт-Петербурга – на десятки процентов). Одновременно увеличилась роль альтернативных маршрутов через восточные регионы: на Дальнем Востоке России и в соседних «дружественных» странах (Китай, Турция, Казахстан) трафик вырос, компенсируя часть утраченных западных потоков.

Российские логисты стали практиковать мультимодальные схемы доставки, комбинируя морской, железнодорожный, автомобильный и авиационный транспорт в обход запрещённых направлений. Один из ключевых подходов – использование перевалочных хабов в странах, не присоединившихся к санкциям. Например, грузы из Европы теперь нередко идут с перегрузкой в Турцию или Объединенных Арабских Эмиратах, откуда отправляются далее в Россию. Это позволяет избежать прямых маршрутов из стран, введших санкции, и сохранить торговые связи. Аналогично, возрастают объемы транзита через Казахстан и другие государства Центральной Азии, через которые проходят потоки товаров из Китая и Юго-Восточной Азии в Россию и обратно. Европейские импортеры, со своей стороны, сократили использование железнодорожных маршрутов через Россию из Азии, переориентировав часть грузов на так называемый Средний коридор (через Кавказ и Каспийское море) или на морской путь через Суэцкий канал. Санкции резко ограничили доступ российских логистических компаний к современным технологиям и оборудованию (табл. 1).

Многие западные поставщики техники (грузовики, авиатехника, складское оборудование) ушли с рынка, затруднив обновление парка и поддержку инфраструктуры. По данным опроса РСПП, почти треть российских компаний назвала невозможность закупать новое оборудование и технологии из-за санкций одним из главных негативных последствий. Частично дефицит техники восполняется за счёт импорта из дружественных стран и локальных аналогов, но полностью заменить передовые западные решения в краткосрочной перспективе не удалось. Это создает риски снижения эффективности перевозок и требует ускоренного развития отечественных IT-решений и производства запчастей.

Таблица 1. Примеры изменения логистических маршрутов до и после санкций

Торговое направление	До санкций (традиционный маршрут)	После санкций (альтернативный маршрут)
Импорт товаров из ЕС в Россию	Прямые поставки из Европы: автотранспортом через пограничные пункты ЕС–РФ или морем до Санкт-Петербурга. Минимум посредников и короткие сроки доставки.	Через третьи страны: например, доставка груза сначала в Турцию или ОАЭ, там перегрузка и отправка в Россию. Требуется смена перевозчиков на границе (из-за запрета въезда российских/ европейских фур), увеличиваются расстояние и время в пути.
Торговля России с Южной Азией (Индия)	Морской маршрут через европейские каналы: отправка из России через Балтику или Черное море, далее через Суэцкий канал до портов Индии. Время в пути ~40–45 дней, сильная зависимость от международных судоходных линий и страховых услуг Запада.	Международный коридор Север–Юг (INSTC): доставка из России по суше или через Каспийское море в Иран, затем по иранской ж/д и автомобильной сети до Индии. Время в пути сокращается до ~15–25 дней, а маршрут минует Суэцкий канал. Однако требуется развитие инфраструктуры на Каспии и согласование между участниками.
Транзит Китай–Европа (контейнеры)	Наземный маршрут через Россию и Беларусь: железнодорожные контейнерные поезда следовали из Китая через РФ в Польшу/Германию (~12–14 дней). Этот путь активно использовался в рамках инициативы «Новый шёлковый путь».	Среднеазиатский маршрут («Средний коридор»): часть контейнеров перенаправлена через Казахстан, Каспийское море (паромами), далее через Азербайджан, Грузию и Турцию в Европу. Время в пути увеличилось (до 20–25 дней и более), возрастает количество перегрузок и стоимость перевозки. При этом транзит через Россию для сообщений Европа–Азия сократился из-за санкционных рисков.

Разрыв устоявшихся цепочек и перестройка маршрутов неизбежно привели к увеличению издержек в логистике. Грузы теперь часто идут окольными путями через третьи страны, что удлиняет плечо доставки и повышает затраты на транспортировку и топливо. Дополнительно на себестоимости сказываются усиленный таможенный контроль и новые бюрократические процедуры: проверки на границах задерживают поставки, заставляя компании нести дополнительные операционные расходы. По оценкам, в 2022–2023 годах стоимость международных перевозок для российских клиентов заметно выросла именно вследствие санкционных барьеров и усложнения логистики. Помимо прямого роста тарифов, бизнес несёт и косвенные расходы – например, на переоформление документов, страховые премии у новых страховщиков и создание запасов материалов. В итоге санкции трансформировались в рост логистических затрат, что отражается на ценах товаров и требует от компаний оптимизации внутренних процессов для частичной компенсации этих расходов.

Библиографический список

1. Результаты опроса «Последствия введения санкций для российского бизнеса» [Электронный ресурс] URL: <https://rspp.ru/activity/analytics/rezultaty-oprosa-posledstviya-vvedeniya-sanktsiy-dlya-rossiyskogo-biznesa/>.

2. Китай сворачивает страховые программы [Электронный ресурс] URL: <https://index1520.com/news/kitay-svorachivaet-strakhovye-programmy/>.

3. Деньги выпали из фур. Проблемы в расчетах с Китаем сокращают грузопотоки [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6650068/>.

4. Логистика для бизнеса в условиях санкций [Электронный ресурс] URL: <https://companies.rbc.ru/news/B6WI5s4cTc/logistika-dlya-biznesa-v-usloviyah-sanktsij/>.

5. Санкции на поставки оборудования: как влияют и что можно сделать / TLC Group [Электронный ресурс] URL: <https://tlc-gr.com/sankczii-na-postavki-oborudovaniya-kak-vliayut-i-hto-mozhno-sdelat/>.

УДК 304.2

Симулякры как новая социальная реальность

Мамонтова В.Д., Пугачева Е.Е., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается понятие «симулякр», формы проявления данного явления и его влияние на жизнь современного человека. В том числе авторы кратко рассматривают историю появления термина и выделяют положительные и отрицательные стороны его воздействия на человека.

Ключевые слова: симулякры, Платон, Бодрийяр, искаженная реальность

Симулякры — понятие, которое активно используется в современном обсуждении социокультурных явлений, что стало особенно актуально в эпоху постмодернизма (второй половины XX века и начала XXI), когда реальные объекты и явления часто перерастают в их знаковые представления, создавая новые условия для существования и

взаимодействия в обществе. Чтобы глубже понять, что представляют собой симулякры и какую роль они играют в нашей жизни, необходимо обратиться к историческому контексту их возникновения.

Впервые концепцию симулякр рассмотрел Платон. Согласно его учению, реальность, которую мы познаём через чувственное восприятие, является не более чем отражением или копией высшего мира идей. В данной концепции формы и идеи предстают как абсолютные и неизменные сущности, обладающие истинной природой. Так, например, категория эстетической совершенности существует как самостоятельная метафизическая реальность, не зависящая от многообразия конкретных проявлений прекрасного в феноменальном мире [4].

По мнению Платона, все предметы, которые мы видим вокруг себя, являются лишь отражением совершенных образцов, существующих в особом мире. У каждой вещи есть свой истинный смысл и сущность, которые можно назвать идеей. Симулякр – это искаженное представление как самой вещи, так и её смысла. Он может проявляться в разных формах: как рисунок, рассказ или картина. Важно понимать, что симулякр – это не сама вещь, а то, как другие люди её себе представляют и описывают. По сути, симулякр – это «копия копий», которая не только не отражает настоящую реальность, но и искажает её. Например, любое конкретное дерево, каким бы красивым оно ни было, является лишь неполным отражением идеального образа дерева, существующего в мире идей [4].

Отношение Платона к симулякрам было негативным. Для него симулякр — это «копия копии», искажающая свой прототип. Так как истинность определяется исходя из сходства или несходства с идеей вещи, то симулякры лишаются онтологического статуса (отношение предмета к прочим элементам структуры бытия) и осуждаются как подделки и вымыслы [2].

Современное понимание симулякра сформировалось во многом благодаря работам французского философа и социолога Жана Бодрийяра. В своей книге «Симулякры и симуляция» он говорил о симулякрах как о копиях, которые уже не имеют оригинала, и о мире, где знаки и символы заполнили пространство и стали сущностью реальности. Если максимально упростить понятие, то симулякр – это копия, у которой нет оригинала, но она не вымысел. То есть образ, который закрепляется в массовом сознании за определенным аспектом жизни или предметом [3]. Подобно Платону, Бодрийяр считал симулякры копиями, творящими зло. По его мнению, в современном мире они стали неразрывно связаны с реальностью, искажая ее, формируя неправильное мышление людей и

стирая грань между правдой и вымыслом. Бодрийяр выделил несколько типов симулякров, начиная от простого отражения реальности и заканчивая состоянием, когда само понятие реальности теряет свою значимость. Наиболее четко его идеи проявляются в анализе массовой культуры, рекламы и технологий, где симулякры становятся частью производимой картинки.

Всего выделяют четыре последовательных порядка симулякров, на каждом из которых мы остановимся по подробнее:

1. Симулякр первого порядка основывается на естественном законе ценности и представляет собой подделку или имитацию дорогих материалов с использованием более дешевых аналогов. Он включает в себя воспроизведение материальных объектов, которые все еще сохраняют свою связь с оригиналом. Например, имитации дорогих материалов, театральные представления или репродукции произведений искусства.

2. Второй порядок (или рыночный) связан с массовым производством. Симулякры становятся серийными копиями, где различия между оригиналом и копией стираются. Например, фотографии, промышленные товары или рекламные образы; серийное производство совершенно неразличимых реплик, беспроводных наушников от Apple AirPods, производимых в Китае.

3. Третий порядок (или структурный) — это уровень, на котором симулякры становятся независимыми от действительности и при этом создают собственную реальность. Этому порядку характерно появление кибернетических систем и информационных технологий. Например, всем нам известные виртуальные миры от компаний Marvel и DC. Сюда также можно отнести компьютерные симуляции или телевидение СМИ, когда одна и та же новость может подаваться совершенно по-разному, в зависимости от того, какие цели преследует те или иные СМИ.

4. Четвёртый порядок связан с фрактальной стадией ценности (также называемой вирусной или стадией диффузии ценностей). В этом порядке симулякры становятся вирусными, распространяясь и мутируя без какой-либо логики или предсказуемости. Например, распространение информации в социальных сетях (Telegram, TikTok, и т.д.), в которых пользователи часто создают идеализированные версии своей жизни, которые становятся симулякрами, замещающими реальность. Другим примером является распространение «лайфхаков» — советов для упрощения повседневной жизни. Видеоролики и посты с такими рекомендациями часто становятся вирусными, привлекая внимание

миллионов пользователей. Однако многие из этих лайфхаков могут быть неэффективными или даже опасными, но их популярность продолжает расти благодаря эффекту «вирусности». Люди начинают верить в эти советы, даже если они не проверены или не соответствуют действительности, что приводит к формированию новых симулякров, заменяющих более традиционные и проверенные методы.

Как отмечается в книге Бодрийяра «Именно третья и четвертая стадии эволюции симулякров представляют наибольший интерес, поскольку являются теми ступенями, на которых начинается производство невещественных процессуальных симулякров, моральных симулякров» [1]. С каждым новым уровнем симулякры всё сильнее теряют связь с реальностью, а взаимодействие между знаком и тем, что он должен обозначать, становится всё менее очевидным и более запутанным.

Симулякры можно охарактеризовать как формы представления реальности, которые не всегда отражают действительность, а могут создавать уникальные, порой даже искажающие образы. В этом контексте важно понимать, что они не являются чисто негативным явлением. Они могут формировать новое понимание реальности, обогащать культурный контекст, но также и вводить в заблуждение. Поэтому сложно точно сказать, являются ли симулякры только положительным или только отрицательным образом. В связи с этим подробнее остановимся на обеих сторонах данного явления. Начнем с положительных:

1. Разнообразие симулякров, такие как социальные медиа и онлайн-ресурсы, обеспечивают легкий доступ к информации и знаниям, различным точкам зрения на определенные ситуации. Такая информация позволяет людям быть более информированными.

2. Они предоставляют платформы для творчества и самовыражения, позволяя пользователям создавать и делиться контентом, который отражает их индивидуальность.

3. Симулякры могут объединять людей с общими интересами, создавая сообщества, которые могут поддерживать и вдохновлять друг друга.

Среди негативных сторон стоит выделить следующее:

1. Симулякры могут создавать ложные представления о жизни, что приводит к нереалистичным ожиданиям и стандартам, особенно среди молодежи.

2. Погружение в виртуальные миры может привести к социальной изоляции и уменьшению реальных межличностных взаимодействий.

3. Симулякры могут использоваться для распространения дезинформации и манипуляции общественным мнением, что затрудняет различение правды и лжи.

На что же влияют симулякры? Прежде всего, они формируют общественное сознание и представления о реальности. Причем это происходит не только на уровне индивидуального восприятия, но и на уровне социального взаимодействия. Симулякры могут навязывать идеалы и стандарты, создавать стереотипы и ожидания, которые влияют на наше поведение, выбор и даже отношения с другими людьми. Более того, симулякры порой становятся основным источником информации о мире, что значительно затрудняет отделение объективной реальности от мнимого образа.

Подводя итог, стоит заметить, что симулякры представляют собой яркое проявление изменений, происходящих в окружающей нас действительности. Они прочно вошли в нашу жизнь и без них трудно представить современное общество. В то же время важно осознавать их двойственную природу: с одной стороны, симулякры могут создавать новые гибкие формы понимания и представления о мире вокруг нас, с другой — вызывать недопонимание и деформацию реального восприятия. Поэтому критическое осмысление симулякров, их роли и собственной ответственности в современном мире становится необходимым условием для адекватного взаимодействия с окружающей реальностью. Это позволит не только глубже понять самих себя, но и эффективнее контактировать с внешним миром, способствуя развитию более гармоничного и осознанного общества.

Библиографический список

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015. 240 с.
2. Кирюшин А.Н., Асташова А.Н. Идея симулякра в понимании виртуального: от Платона к постмодернизму [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2012/08/1593>.
3. «Симулякры и симуляция» Ж. Бодрийяра. Почему стоит прочитать эту книгу? [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/q/culture/1796991745/>.
4. Симулякр — энциклопедия «Знание.Вики» [Электронный ресурс]. URL: <https://znanierussia.ru/articles/Симулякр>.

Хофстеде для МСБ: Межкультурная коммуникация в международных переговорах

*Мурашко Я.Ю., Шинкарева Я.Н., студенты
Белорусский государственный экономический университет*

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли межкультурных коммуникаций в условиях глобализации бизнеса. Авторами рассмотрена модель культурных измерений Хофстеде как инструмента для выявления и интерпретации культурных различий между странами. Детально охарактеризованы шесть ключевых параметров модели и проанализировано их влияние на процессы международных переговоров.

Ключевые слова: переговоры, культурные особенности, модель Хофстеде, коммуникация, страны, общество

Глобализация делает межкультурное взаимодействие неотъемлемой частью успешного бизнеса. Количество деловых встреч между представителями разных культур, с их уникальным менталитетом, вероисповеданием и ценностями, неуклонно растет. Поскольку люди не меняют свою культуру ради бизнеса, участникам переговоров следует принять наличие культурных различий и активно работать над их пониманием.

Межкультурные переговоры – это процесс, при котором, как минимум, две стороны-участницы, имеющие различные культурные ценности, вероисповедания, потребности, точки зрения, пытаются прийти к соглашению по обоюдно интересующей их теме [1].

В разных культурах само понятие переговоров интерпретируют по-разному. В Соединенных Штатах переговоры — это механический обмен предложениями и контрпредложениями, который приводит к заключению сделки. С другой стороны, в Японии переговоры — это средство поделиться информацией и создать отношения, которые, возможно, могут привести к заключению сделки [2].

Разработанная Хофстеде типология культурных измерений была одной из первых количественных теорий, которые могут быть использованы для объяснения наблюдаемых различий между культурами. Она является основой не только для кросс-культурной коммуникации, но и при ведении переговоров.

Хофстеде изучал людей, работавших в компании IBM более чем в 50 странах. Первоначально он выделил четыре измерения, которые могли бы отличить одну культуру от другой. Позже он добавил пятое и шестое измерения в сотрудничестве с докторами Майклом Х. Бондом и Майклом Минковым. К ним относятся:

1. Дистанция власти (PDI).
2. Индивидуализм/коллективизма (IDV).
3. Мужественность/женственности (MAS).
4. Индекс тревожности (UAI).
5. Долгосрочная/краткосрочная ориентация (PRA).
6. Снисходительность/сдержанность (IVR) [3].

Дистанция власти (PDI) — это та степень неравенства между жителями данной страны, которая считается приемлемой. В странах с высокой дистанцией власти решения принимаются узкой группой элиты, что соответствует авторитарным режимам. Напротив, в обществах с низкой дистанцией власти власть распределена более равномерно, а отношения между людьми более эгалитарны. Чем меньше авторитаризм, тем больше граждане ожидают своего участия в принятии решений. Например, в США и Канаде дистанция власти средняя, в то время как в Дании и Австрии она ниже, что побуждает лидеров вовлекать подчиненных в процесс принятия решений. В странах третьего мира сотрудники, как правило, имеют минимальное влияние на решения руководства. С точки зрения переговоров важно следующее: существует ли в этой культуре значительное неравенство в распределении власти? Как управляют организациями: преимущественно сверху вниз или власть распределена более широко и горизонтально?

Индивидуализм/коллективизм (IDV). Высокий уровень индивидуализма означает, что люди меньше связаны друг с другом и не чувствуют большой ответственности за поступки и последствия действий других. В отличие от этого, в коллективистских обществах ценится лояльность к своей группе, которая, в свою очередь, обеспечивает защиту интересов своих членов. Такие группы, как правило, многочисленны, и их участники заботятся о благополучии друг друга. Великобритания, Австралия, Канада и Соединенные Штаты демонстрируют высокий уровень индивидуализма. Япония, Бразилия, Колумбия, Чили, Коста-Рика и Венесуэла показывают очень низкий уровень индивидуализма. Участнику переговоров нужно определить, что в данной культуре важнее - отдельная личность или группа?

Мужественность против женственности (MAS) — это измерение относится к распределению ролей между мужчинами и женщинами. В мужских обществах роли мужчин и женщин меньше пересекаются, и мужчины должны вести себя уверенно. Однако в женских обществах существует большее совпадение между мужскими и женскими ролями, и скромность воспринимается как добродетель. Большее значение придается хорошим отношениям с непосредственными руководителями или работе в сплоченных коллективах. Сравнительно высокий уровень маскулинности в Соединенных Штатах, Канаде и Японии. Это проявляется в подходах к оценке результатов деятельности и системах вознаграждения. В обществах с низкой маскулинностью, например, в Дании и Швеции, служащих мотивируют более качественной постановкой целей и различными методами обогащения трудовой деятельности. Различия в уровне маскулинности культуры также отражаются в определенных направлениях развития карьеры и в мобильности должностей. Участнику международных переговоров нужно знать, что важнее в данной культуре - общее согласие или уверенность в себе?

Индекс избегания неопределенности (UAI) показывает, как люди относятся к непредсказуемости. В культурах, где стремятся избежать неопределенности, люди стараются сделать жизнь максимально понятной и контролируемой. Если они сталкиваются с ситуациями, которые не могут контролировать, они часто перестают пытаться повлиять на них, объясняя это действием внешних сил, таких как судьба. В странах с низким уровнем тревожности люди более спокойны, открыты и терпимы к различиям. Например, в США и Канаде люди в целом легче воспринимают перемены, так как уровень избегания неопределенности там невысок. В то же время, в Японии, Греции, Португалии и Бельгии стремление к предсказуемости выше, поэтому люди там больше ориентированы на планирование и структурирование будущего. Для международных переговоров важно следующее: насколько терпимо в данной культуре относятся к неопределенности и к неструктурированным ситуациям, процессам или соглашениям?

Долгосрочная/краткосрочная ориентация (PRA) демонстрирует приоритеты культуры: будущее или настоящее. Это проявляется в предпочтении дальновидного планирования и экономии, либо, напротив, в стремлении к быстрым достижениям и почитании устоявшихся обычаев. Культуры с выраженной ориентацией на долгосрочную перспективу обычно практичны, сдержанны и склонны к бережливости.

Примерами являются Япония, Южная Корея и Китай. В обществах, где преобладает краткосрочная перспектива, люди, как правило, больше ценят устои, логичность и правдивость. Зачастую они религиозны и патриотичны. Подобные характеристики свойственны таким странам, как США, Канада, Австралия, Венесуэла и Уругвай. Для международных переговоров необходимо узнать следующее: данная культура ориентирована на будущее или на настоящее?

Снисходительность/сдержанность (IVR). Страны с высоким уровнем IVR разрешают или поощряют относительно свободное удовлетворение собственных желаний и эмоций, таких как наслаждение жизнью и развлечения. В обществе с низким уровнем IVR больше внимания уделяется подавлению стремлений к удовольствиям и более жесткому регулированию поведения людей, а также более строгим социальным нормам. Согласно модели, страны Восточной Европы, включая Россию, имеют низкий уровень IVR. Хофстеде утверждает, что эти страны характеризуются сдержанной культурой, имеющей тенденцию к пессимизму.

В качестве примера разберем реальную ситуацию: бывшие топ-менеджеры Тинькофф Банка вместе с предпринимателем из ОАЭ начали работу над финтех-стартапом на Филиппинах в июле 2022 года. Важно отметить, что в России высокий уровень UAI (избегание неопределенности) и высокий ЛТО (долгосрочная ориентация) в то время, как на Филиппинах два этих показателя являются низкими. Партнерство с местным со-основателем Раффи Монтемайор было гениальным решением с точки зрения преодоления сразу нескольких культурных барьеров: вход на закрытый, основанный на личных связях рынок "с улицы" для иностранцев почти невозможен. Местный партнер, обладающий авторитетом и связями, мгновенно обеспечил соответствие команды требованиям местных регулирующих органов и партнеров. Он стал "проводником" в сложной социальной иерархии. Российские основатели не стали копировать модель "Тинькофф", а провели глубокую локализацию, что говорит о низком избегании неопределенности (UAI) у филиппинцев (готовность пробовать новое). Упоминание прошлого успеха команды в России работало в контексте высокой дистанции власти (PDI). Оно создавало образ "экспертов", "сильных лидеров", за которыми стоит идти и повышало доверие [4]. Успех Fintech Holdings (Salmon) на Филиппинах основан на культурном интеллекте, а не только на технологическом превосходстве.

В эпоху глобализации модель Хофстеде перестала быть просто теорией и стала незаменимым практическим инструментом для малого и среднего бизнеса (МСБ), стремящегося выйти на международные рынки. Понимание культурных особенностей – это не просто формальность, а ключевое конкурентное преимущество. Оно позволяет предвидеть трудности и выстраивать эффективное взаимодействие.

Библиографический список

1. Громова Н.П., Ренер Е.И., Скопова Л.В. Особенности межкультурной коммуникации в деловых переговорах // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2013. № 9. С. 87-91.
2. Селлих С.Д. Переговоры в международном бизнесе. М.: Добрая книга, 2004. 336 с.
3. Культурные измерения Хофстеде [Электронный ресурс]. URL: <https://dialog.guide>.
4. Демидкина К.С. 10 самых перспективных стартапов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru>.

УДК 339.138

Инфлюенсеры и лидеры мнений в маркетинге

Наумова М.Д., Щербакова Д.А., студенты

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами анализируется роль и функции инфлюенсеров и лидеров мнений в современном маркетинге. Рассмотрены основные понятия и классификации инфлюенсеров и лидеров мнений, а также виды и механизмы их воздействия на целевую аудиторию через социальные сети, основанные на доверии и личном авторитете.

Ключевые слова: инфлюенсеры, лидеры мнений, маркетинг, продвижение, коммуникации

В настоящее время жизнь большинства людей все больше перемещается в виртуальную среду Интернет-пространства. В связи с этим радикально изменяется потребительское поведение покупателей, а также роль и влияние лидеров мнений на них.

Так, по результатам опроса, проведённого «Анкетологом» совместно с агентством Motive agency&production, были получены следующие данные:

- 40% респондентов когда-либо приобретали товары по совету блогеров;
- максимальное доверие к блогерам у лиц 18–35 лет, из них 53% совершали покупки по рекомендациям;
- меньше доверяют блогерам респонденты старше 55 лет, только 27% таких респондентов покупали товар по совету [3].

Большинство блогеров в Интернете в той или иной степени являются инфлюенсерами. Инфлюенсер (от англ. «influencer» — влияющий) — это человек, который обладает значительной аудиторией в социальных сетях и способен влиять на её мнения, предпочтения и поведение. Инфлюенсеры могут быть экспертами в определенной области, известными личностями или просто популярными блогерами, чьи рекомендации и советы находят отклик у их подписчиков [2]. Благодаря опыту, знаниям и харизме инфлюенсеры удерживают внимание большой аудитории и вызывают большее доверие, чем обычная реклама.

Ключевой характеристикой инфлюенсера, во многом определяющей его влияние на аудиторию, является количество подписчиков. По этому признаку выделяют три группы инфлюенсеров:

1. Макро-инфлюенсеры. Макро-инфлюенсеры — это личности с большой аудиторией, обычно свыше 100 тысяч подписчиков. Это могут быть знаменитости, известные блогеры или лидеры мнений. Они имеют широкий охват аудитории и часто работают с крупными брендами [2].

В качестве примера можно выделить Кайли Дженнер (Kylie Jenner). Она является американской светской львицей, медийной личностью и бизнесвумен. Кайли Дженнер создала империю красоты стоимостью в миллиард долларов и попала в список Forbes как самый молодой миллиардер.

2. Микро-инфлюенсеры. Микро-инфлюенсеры — это пользователи социальных сетей с аудиторией от 1 до 100 тысяч подписчиков. Они обладают более узкой и часто более вовлеченной аудиторией, что делает их идеальными каналами продвижения для нишевых маркетинговых кампаний [2].

В этой группе инфлюенсеров можно сказать о Веронике Журавлевой - популярном блогере и контент-креаторе, известной в основном в русскоязычном сегменте социальных сетей. Её контент во многом

посвящён образу жизни, моде, красоте и личным историям, что обеспечивает преданную и активную аудиторию.

3. Нано-инфлюенсеры. Нано-инфлюенсеры — это люди с аудиторией менее 1 тысячи подписчиков. Несмотря на небольшое количество подписчиков, они часто имеют высокую степень вовлеченности и доверия со стороны своей аудитории, что делает их особенно ценными для локальных и специализированных брендов [2]. Как пример можно привести местных специалистов, например фитнес-тренеров или мастеров рукоделия с небольшой, но очень лояльной аудиторией.

Основные источники влияния инфлюенсеров на аудиторию:

- уровень доверия к инфлюенсеру, который формируется благодаря восприятию его как эксперта, искреннего и надёжного человека. Подписчики, испытывая доверие, чаще прислушиваются к его рекомендациям и готовы приобретать товары или услуги, которые он продвигает;

- психологические процессы: люди склонны повторять действия тех, кто им близок или похож по каким-то характеристикам. Кроме того, они стремятся идентифицировать себя с инфлюенсером, что вызывает желание подражать его образу и поведению [1];

- авторитетность и профессионализм, когда глубокие знания инфлюенсера в конкретной области — будь то спорт, финансы или другая сфера — придают его мнению особую значимость и вес;

- персонализация контента. Инфлюенсеры часто представляют продукты в контексте своей повседневной жизни, что делает их рекомендации более убедительными;

- социальное доказательство. Большое количество подписчиков и положительных отзывов создаёт эффект популярности продукта, что стимулирует других пользователей к его приобретению;

- эксклюзивность. Инфлюенсеры часто предлагают своим подписчикам эксклюзивные скидки или более ранний доступ к продуктам [5].

Далее важно рассказать о методах взаимодействия с потенциальной аудиторией, потому что именно от них зависит эффективность передачи информации и степень заинтересованности слушателей. Основные методы взаимодействия с аудиторией через социальные сети [6]:

- нативная интеграция: продукт или услуга естественно вписываются в контент инфлюенсера и не выглядит как прямая реклама. Например, блогер рассказывает о своей утренней рутине и между делом показывает любимый кофе или новую книгу;

- обзоры и рекомендации: инфлюенсеры делятся своим мнением о продукте после его использования. При этом важно, чтобы отзыв выглядел искренним и подкреплялся личным опытом;

- амбассадорство: это долгосрочное сотрудничество, когда инфлюенсер становится «лицом» бренда и регулярно упоминает его продукцию в своих материалах.

Далее необходимо рассмотреть лидеров мнений. Лидер мнения очень близкое понятие к инфлюенсеру, но есть и различия. Лидер мнений (по англ. opinion leader) — авторитетная персона, которая благодаря своей экспертизе, достижениям или статусу способна влиять на мнение и поведение определённой группы людей, формируя их предпочтения и принимаемые решения.

Основное отличие инфлюенсеров от лидеров мнений заключается в источнике их влияния: лидеры мнений получают авторитет благодаря своей реальной экспертизе и достижениям вне цифрового пространства, в то время как инфлюенсеры приобретают популярность преимущественно через социальные сети [4].

Основные виды лидеров мнений:

1. Звёзды - известные актеры, музыканты и телеведущие. Их основное преимущество — широкая узнаваемость и значительный охват аудитории. Например, когда Полина Гагарина и Дмитрий Маликов рекламируют Ozon, это привлекает как молодую, так и более взрослую аудиторию.

2. Эксперты или профессионалы в своей области, бизнесмены или специалисты узкого профиля. Их главное преимущество — высокий уровень доверия аудитории к их рекомендациям. Если Игорь Манн высказывается о маркетинговых инструментах или Артемий Лебедев о дизайне рекламы, то их мнение воспринимается как авторитетное именно в этих сферах [4].

Основные механизмы влияния лидеров мнений:

1. Демонстрация продукта или услуги. Очень часто лидеры мнений создают профессиональные обзоры на продукты, показывают их в действии и рассказывают о своём личном опыте. Это позволяет потенциальным покупателям получить больше информации о продукте и принять более обоснованное решение о его покупке.

2. Спонсорские посты. Здесь известный бренд дарит продукт блогеру, а тот делает на него подробный обзор и выкладывает обзор у себя в соцсетях. Это помогает потенциальным покупателям не только

ознакомиться с новыми товарами, но и привлекает внимание к брендам, которые уже давно существуют на рынке.

3. Стимулирование сбыта (промоакции). Лидер мнения рассказывает про продукт и предлагает своим подписчикам воспользоваться специальным предложением при помощи промокода.

Как инфлюенсеры, так и лидеры мнений играют большую роль в современном маркетинге, прежде всего для продвижения различных продуктов и услуг на рынке. Потенциальные покупатели чаще воспринимают их как более доверенные источники информации, чем традиционные рекламные каналы. Аудитория и подписчики ценит их мнение и рекомендации, поскольку они кажутся более аутентичными и личными.

Также инфлюенсеры и лидеры мнений способствуют созданию и распространению новых товаров и целых тренды. Это может быть мода, еда, технологии или образ жизни. В любом случае их влияние быстро распространяется среди подписчиков, что делает их ключевыми фигурами при формировании потребительских предпочтений.

В заключении еще раз отметим, что инфлюенсеры и лидеры мнений играют ключевую роль в современном маркетинге и являются ключевыми посредниками между брендами и целевой аудиторией. Их интеграция в маркетинговые стратегии компаний в современную цифровую эпоху становится неотъемлемым элементом успешного продвижения любого предприятия.

Библиографический список

1. Соловьева М.В. Блогосфера как новый канал массовой коммуникации: роль инфлюенсеров и их влияние на общественное мнение [Электронный ресурс]. URL: <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/18233>.

2. Инфлюенсер: определение, виды [Электронный ресурс]. URL: <https://okocrm.com/glossary/inflyuenser/>.

3. Кормильцева Е. Кто такие инфлюенсеры и как с ними работать? [Электронный ресурс]. URL: https://allo.tochka.com/influencers?utm_campaign=y_influencers.

4. Лидер мнений — не инфлюенсер? Разбираемся в тонкостях. [Электронный ресурс]. URL: <https://kurshub.ru/journal/blog/lider-mnenij-ne-inflyuenser-razbiraemsysya-v-tonkostyah/>.

5. Малинин Д.Н. Социальные сети как инструмент формирования трендов потребления среди молодежи: роль блогеров и лидеров мнений // Молодой ученый. 2025. № 13 (564). С. 216–218.

6. Феномен популярности: как инфлюенсеры влияют на наше поведение и почему мы им доверяем? [Электронный ресурс]. URL: <https://dzen.ru/a/aDra3j1J62KRa04t>.

УДК 346.6

Актуальность государственной политики по поддержке семейных ценностей на уровне субъекта РФ (на примере Ярославской области)

Новикова А.А., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена анализу государственной политики по поддержке семейных ценностей в Ярославской области. Подчеркивается необходимость ее дальнейшего укрепления, особенно среди молодежи.

Ключевые слова: регион, семейные ценности, общество

Крепкая семья – залог стабильности и развития общества. Семья в России, в любом ее регионе, в том числе и Ярославской области, всегда занимала центральное, особое место. При различных режимах и руководителях тема и проблема семьи всегда поднималась и решалась на государственном уровне. Семья для русского человека - основа национального мировоззрения.

2024 год был объявлен Президентом годом семьи. Проводились многочисленные мероприятия. Однако острая необходимость обращения к традиционным семейным ценностям, к роли семьи, а также разработке мер по социальной поддержке семей с детьми, многодетных семей, не теряет актуальности.

В Ярославской области наблюдается неблагоприятная демографическая ситуация (рис. 1)

Прирост населения имеет отрицательную динамику. Мировой опыт показывает, что дисбаланс возрастной структуры негативно влияет на развитие экономики и социальной сферы, поскольку число работающих граждан должно быть достаточным для эффективного функционирования пенсионной системы. В текущем году ряды работоспособных граждан пополнили лица 2007 года рождения - на тот момент коэффициент рождаемости был намного выше текущего показателя. В ближайшее время в идеале необходимо достичь показателя рождаемости 3 ребенка на

каждую женщину фертильного возраста. Однако и в стране в целом, и в Ярославской области в частности, данный показатель значительно ниже: по РФ - 1376, а по области 1327 — это самый низкий показатель с 2006 г.

	Январь-февраль					
	Человек			На 1000 человек населения ¹⁾		
	2025	2024	прирост, снижение (-)	2025	2024	2025 в % к 2024
Родившихся	1327	1375	-48	7.0	7.1	98.6
Умерших	3050	3538	-488	16.0	18.2	87.9
в том числе в возрасте до 1 года	5	5	-	3.6 ²⁾	3.4 ²⁾	105.9
Естественная убыль	-1723	-2163	x	-9.0	-11.1	x
Браков	736	659	77	3.9	3.4	114.7
Разводов	650	802	-152	3.4	4.1	82.9

Рисунок 1. Показатели естественного движения населения Ярославской области в январе-феврале 2025 года

Семейные ценности - система убеждений, принципов и норм, которые включают в себя как духовные ценности, так и практические правила взаимодействия. Основная задача этих норм — укрепление отношений между родственниками, обеспечение взаимопонимания и воспитание детей в духе уважения и любви [2].

В зависимости от культуры, воспитания и личных убеждений, традиционные ценности бывают разными, но их основа остается неизменной — они помогают создать гармоничную и устойчивую семью. В современной России идет проверка на прочность нашего мировоззрения. Поколение 1987–2000 годов рождения выросло, опираясь во многом на западную идеологию и инфопространство. Их превалирующая установка на концентрацию человека на самом себе привела к тому, что взрослые мужчины не в состоянии нести ответственность за ребенка, за семью, а зачастую они этой ответственности боятся и избегают. Подмена понятий морали и нравственности, которая уже произошла в западном обществе, тихо подбирается к нашим молодым людям. Массовый исход молодых людей в марте 2022 года, названных модным словом «релокация» в сопредельные и не очень сопредельные государства по сути дал ответ на многие вопросы в области нравственных и семейных ценностей. И государство должно дать отпор этому, напомнить о корнях и традициях.

Роль семейных ценностей для развития государства:

1. Семья играет решающую роль в развитии детей, закладывая основы мировоззрения, характера и поведения. Нравственные ценности помогают формировать личность, развивают чувство ответственности и учат взаимодействовать с окружающим миром. Благодаря такой устойчивой системе дети растут уверенными в себе, эмоционально стабильными и социально адаптированными.

2. С самого раннего возраста ребенок перенимает модели поведения, общение и эмоциональные реакции родителей. Поведение ребенка во многом зависит от тех принципов, которые он усваивает в семье. Родители, осознанно или нет, передают детям свои убеждения и отношение к жизни. Например, если в семье принято быть честным и открытым, ребенок с детства учится говорить правду и поступать справедливо.

3. Способом сохранения и передачи ценностей являются традиции. Они укрепляют отношения, создают особую атмосферу уюта и единства. Семейные традиции помогают чувствовать себя частью сплоченного коллектива; формируют эмоциональную близость между родителями и детьми; создают атмосферу безопасности и стабильности. Если каждый член семьи ощущает свою значимость и поддержку со стороны близких, отношения становятся более гармоничными и крепкими [3].

Для поддержки семейных ценностей в нашей стране разработаны и реализуются национальные проекты, направленные на всестороннюю помощь и поддержку института семьи в целом, семей с детьми, молодых семей, поддержку пенсионеров и их вовлечению в активное жизненное долголетие.

В Ярославской области реализуется региональный проект «Поддержка семьи» национального проекта «Семья». Она рассчитана на период 2025–2030 годов. По сути, это продолжение нацпроекта «Демография», выполнение которого завершилось в 2024 году. Нацпроект «Семья» включает большой перечень мероприятий. Региональный проект нашей области направлен на увеличение числа семей с детьми. В его рамках планируются проведение капитального ремонта и оснащение детских садов: в 2025 году работы проведут в одном муниципальном учреждении, в 2026-м – в пяти, в 2027-м – в восьми. Кроме того, предусмотрено предоставление ежемесячного пособия в связи с рождением и воспитанием ребенка [4].

Также Ярославская область реализует до 2030 года региональный проект «Семейные ценности и инфраструктура культуры». Проект направлен на формирование семейно-ориентированной инфраструктуры,

укрепление института семьи, продвижение в обществе семейных ценностей. В рамках этого проекта планируется модернизация культурных учреждений, проведение конкурсов и различных культурно-ориентированных мероприятий для детей и молодежи [5].

Таким образом, государственная политика по поддержке семейных ценностей в Российской Федерации главным образом осуществляется в форме реализации национальных проектов. Органы государственной власти субъектов РФ включаются в них путем подготовки и проведения мероприятий в рамках соответствующих региональных проектов.

Библиографический список

1. Оперативные демографические показатели за январь-февраль 2025 г. [Электронный ресурс]. URL: https://76.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/operativnye_demograficheskie_pokazateli_za_yanvar_fevral_2025.pdf.
2. Селезнёва Е.А. Анализ понятий семья и семейные ценности // Проблемы современного образования. 2021. № 5. С. 270–280.
3. Серебрякова А.А. Традиционные семейные ценности в современном российском обществе // Право и государство: теория и практика. 2019. № 9 (177). С. 57–59.
4. Паспорт регионального проекта Ярославской области «Поддержка семьи» [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-dtspn/activity/proekt-semya-podderzhka-semi/>.
5. Паспорт регионального проекта Ярославской области «Семейные ценности и инфраструктура культуры» [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-dcul/activity/proekty-i-programmy/regionalnyy-proekt-semeynye-tsennosti-i-infrastruktura-kultury/pasport-regionalnogo-proekta>.

УДК 336.713

Актуальные проблемы страхования банковских вкладов в России и за рубежом

Хованская П.П., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы страхования банковских вкладов в России и за рубежом. Проведен анализ современного состояния

страхования банковских вкладов, представлена статистика динамики банковских вкладов в России. Выполнен разбор работы механизма защиты депозитных счетов в банковской системе Соединенных Штатов Америки.

Ключевые слова: банковские вклады, система страхования, агентство по страхованию вкладов

В современном мире, с его взаимосвязанными финансовыми рынками и развитой цифровой средой, банковская отрасль сталкивается с новыми и разнообразными рисками. К обычным кредитным и операционным рискам добавились кибернетические атаки, геополитические колебания и другие факторы, ослабляющие устойчивость банковской системы. В этих условиях страхование рисков превращается из второстепенной задачи в важнейшую составляющую управления рисками для любой финансовой компании [4].

Банки, как правило, обладают развитой системой управления рисками, в которой страхование играет важную роль. Современные страховые компании разрабатывают специализированные продукты, позволяющие банкам минимизировать финансовые угрозы различного характера. Наиболее востребованными видами страховой защиты являются:

1. Страхование вкладов (самый распространенный).
2. Страхование имущества.
3. Страхование киберрисков.
4. Комплексное банковское страхование.
5. Страхование ответственности персонала [2].

В российской системе гарантирования сбережений населения ведущая роль отведена организации под названием АСВ, действующей в соответствии с Федеральным законом № 177-ФЗ с 2004 года [1]. В число главных задач этого учреждения входят:

- осуществление выплат возмещений вкладчикам банковских организаций, признанных несостоятельными или находящихся в процессе ликвидации;
- управление денежными средствами, аккумулированными в резервном фонде;
- контроль за работой фонда страхования депозитов;
- формирование и поддержание базы данных банков, входящих в систему страхования вкладов [3].

В России действует система страхования вкладов, призванная защитить сбережения граждан в случае банкротства банка. Эта система является важным элементом финансовой стабильности страны и укрепляет доверие населения к банковскому сектору [8]. Система страхования вкладов (ССВ) в России была создана в соответствии с Федеральным законом № 177-ФЗ от 23 декабря 2003 года «О страховании вкладов в банках Российской Федерации». Основной целью ССВ является обеспечение выплаты страхового возмещения вкладчикам при наступлении страхового случая, которым является отзыв у банка лицензии на осуществление банковских операций или введение Банком России моратория на удовлетворение требований кредиторов банка [1]. Когда у банка отзывается лицензия, в действие вступает Агентство по страхованию вкладов (АСВ), государственная корпорация, ответственная за выплату страхового возмещения вкладчикам.

Несмотря на название «страхование вкладов», механизм охватывает более широкий спектр активов, чем просто депозиты. Во многих странах, включая Россию, страхование распространяется на средства, размещенные на банковских счетах, включая текущие счета и карточные счета, а также на денежные средства, находящиеся в доверительном управлении банком.

Важно понимать, что не все банковские продукты подпадают под действие системы страхования вкладов. Как правило, исключение составляют средства, размещенные в драгоценных металлах, обезличенные металлические счета, а также вклады, оформленные на предьявителя. Кроме того, страхование не распространяется на средства, переданные банку в доверительное управление для инвестирования в ценные бумаги и другие финансовые инструменты [8].

Застрахованными могут быть следующие вклады:

- именные вклады;
- срочные вклады;
- вклады о востребования, а также накопительные счета;
- счета индивидуальных предпринимателей и юридических лиц.

Начиная с 25 марта 2024 года, в соответствии с законодательством о страховании депозитов, правом на компенсацию обладают субъекты малого и среднего бизнеса, юристы, нотариусы и прочие лица, использующие счета и депозиты для ведения бизнеса, а также некоммерческие структуры, такие как потребительские товарищества, казачьи общины, религиозные объединения и фонды, занимающиеся благотворительностью [1].

Тем не менее, страховая защита имеет свои рамки и не всегда компенсирует крупные депозиты в полном объеме. Предельный размер компенсации равен 1,4 миллионам рублей, кроме случаев с эскроу-счетами. Важно помнить, что при наличии нескольких депозитов в одном обанкротившемся банке, все средства суммируются для выплаты возмещения [8].

За последнее время отмечен существенный подъем объема средств, размещенных на депозитных счетах в банковских учреждениях. В таблице 1 отражены изменения общей величины вкладов, хранящихся в банках Российской Федерации [5].

Таблица 1. Динамика общей суммы вкладов в банках РФ

Показатель	01.01.2022	01.01.2023	01.01.2024	01.01.2025
Общая сумма вкладов, трлн. руб.	43,9	48,5	60,0	75,9
В том числе физических лиц, трлн. руб.	29,8	38,6	50,7	56,9

К началу 2025 года суммарный объем размещенных активов составил 75,9 трлн рублей, продемонстрировав прирост в 26,5% относительно 2024 года. В частности, совокупный размер вкладов частных лиц в российских банковских учреждениях увеличился за прошедший год на 12,3%, достигнув отметки в 56,9 трлн рублей [4].

В мировой практике сформировались две основных модели создания систем страхования депозитов: американская и германская.

В США на сегодняшний день Федеральная корпорация страхования депозитов (Federal Deposit Insurance Corporation), действующая с 1933 г., осуществляет страхование всех депозитных продуктов, включая текущие и сберегательные счета, депозитные счета и депозитные сертификаты. Страховая сумма до 250 тыс. долл. США рассчитывается отдельно для каждой категории счетов, находящихся в собственности клиента. Страхованию подлежат средства физических лиц и корпоративных клиентов.

С 1970 года функционирует Национальный фонд страхования вкладов кредитных союзов (National Credit Union Share Insurance Fund, NCUSIF), который обеспечивает страхование вкладов в кредитных союзах, аналогично тому, как Федеральная корпорация страхования депозитов (FDIC) страхует вклады в банках. NCUSIF является независимым агентством федерального правительства США, финансируемым за счет взносов кредитных союзов. Фонд был создан для

укрепления доверия к кредитным союзам и защиты вкладчиков от потери своих средств в случае банкротства кредитного союза. Максимальный размер страхового возмещения в нем также равен 250 тысячам долларов США [6].

Кредитные кооперативы, в качестве альтернативы государственной системе страхования вкладов, имеют возможность сотрудничать с American Share Insurance, компанией, основанной в 1974 году и расположенной в Огайо. Эта частная организация обладает разрешением на страхование базовых сбережений участников кредитных союзов в некоторых штатах.

Excess Share Insurance Corporation, дочерняя структура American Share Insurance, предлагает расширенные страховые услуги для депозитов с 1993 года. Эта корпорация зарекомендовала себя как надежный партнер, повышающий уровень защиты средств клиентов кредитных союзов, превышающий лимиты, установленные федеральным страхованием. Страховое покрытие достигает 250 000 долларов США на каждый вклад [6].

Даже при наличии механизмов защиты банковских вкладов, их функционирование сопряжено с определёнными вызовами.

Первой из таких проблем является эффект безответственности. Банковские учреждения, осведомленные о гарантиях сохранности вложенных средств, могут быть склонны к более рискованным операциям, инвестируя в проекты с высокой потенциальной доходностью, но и значительной неопределенностью. Если возникает негативный результат, компенсацию потерь берет на себя страховой фонд, что в конечном счете является финансовой нагрузкой на граждан, уплачивающих налоги. Для минимизации данной опасности крайне необходимо совершенствовать подходы к контролю и регулированию банковской деятельности, а также устанавливать лимиты на величину высокорискованных активов [5].

Страхование банковских депозитов может сформировать у вкладчиков излишнюю самоуверенность и отвлечь их внимание от более глубокого изучения критериев выбора кредитного учреждения для хранения сбережений. Также страхование снижает стимул банков к более осторожному ведению бизнеса и провоцирует их на неэффективное распределение ресурсов. Именно поэтому здесь будут актуальны просветительские программы, нацеленные на повышение финансовой грамотности населения.

Создание страхового фонда для вкладов за счет обязательных взносов банков увеличивает их финансовую нагрузку, а это негативно сказывается на доходности банков. И, например, при возникновении масштабного кризиса недостаточность средств в страховом фонде может поколебать веру в стабильность всей системы. В связи с этим для более эффективного решения такой проблемы нужно найти баланс между величиной взносов и объемом фонда.

В период экономического роста уверенность в надежности банков возрастает, и население активно размещает средства на депозитах. Банки, в свою очередь, расширяют объемы кредитования, что может вызвать перегрев экономики и нарушить макроэкономическую сбалансированность. Для предотвращения таких последствий нужно проводить взвешенную монетарную политику и предпринимать шаги по управлению кредитной активностью.

В связи с этим, Агентство страхования вкладов (АСВ) активно работает над улучшением системы страхования вкладов, стремясь к повышению ее эффективности и надежности. В числе ключевых направлений деятельности АСВ – разработка и внедрение новых механизмов раннего выявления проблемных ситуаций в банках-участниках системы страхования вкладов, а также совершенствование процедур выплаты страхового возмещения вкладчикам. Особое внимание уделяется повышению финансовой устойчивости самого АСВ, что обеспечивает его способность своевременно и в полном объеме выполнять свои обязательства перед вкладчиками [7].

Таким образом, российская система страхования вкладов доказала свою значимость в повышении уверенности граждан в стабильности банковского сектора и поддержании финансовой устойчивости государства. С момента создания данный механизм прошел через этапы модернизации, адаптируясь к изменениям в экономике и новым вызовам. Ключевым фактором эффективности системы защиты депозитов является её доступность и универсальность. Гарантии распространяются на различные виды вкладов, охватывая широкие слои населения. Недавнее увеличение предельных размеров страховых выплат положительно повлияло на уровень доверия к банкам и снизило возможность возникновения паники в случае проблем у финансовых организаций.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 23.12.2003 № 177-ФЗ «О страховании вкладов в банках Российской Федерации».

2. Гончарова А.Н. Проблемы страхования банковских вкладов в Российской Федерации // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 116–10. С. 10–12.

3. Агентство по страхованию вкладов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.asv.org.ru/news/1035332>.

4. Русакова О.И. Страхование банковских рисков // Финансовые аспекты структурных преобразований экономики. 2025. № 11. С. 66–72.

5. Сыромятникова С.С. Страхование банковских вкладов в Российской Федерации // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2025. № 4 (104). С. 628–633.

6. Уразова С.А. Системы страхования депозитов: зарубежный опыт и перспективы развития в России // Финансы и кредит. 2017. № 41(761). С. 2438–2455.

7. Чапанов М.А. Перспективы и направления развития системы страхования вкладов в России // Финансовая экономика. 2023. № 12. С. 163–166.

8. Шапкина К.В. Неэффективность механизма защиты прав вкладчиков при банкротстве банков // СКИФ. Вопросы студенческой науки. 2025. № 4(104). С. 225–229.

УДК 006.44

Отечественная и зарубежная практика внедрения профессиональных стандартов

Яблокова Е.С., студент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. в статье рассматривается отечественный и зарубежный опыт внедрения профессиональных стандартов, произведен сравнительный анализ внедрения, представлена их роль в обеспечении качества образования и повышения конкурентоспособности работников на рынке труда.

Ключевые слова: профессиональный стандарт, рынок труда, международные стандарты, квалификация

В условиях глобализации и быстрого развития технологий требования к квалификации работников на рынке труда постоянно изменяются. Эффективное соответствие образовательных программ и профессиональных стандартов становится ключевым фактором для

обеспечения конкурентоспособности как отдельных специалистов, так и экономики в целом. В России, как и в ряде зарубежных стран, внедрение профессиональных стандартов (профстандартов) стало важным шагом на пути к модернизации системы образования и повышения качества подготовки кадров.

Профессиональный стандарт - характеристика квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности [1].

Внедрение профессиональных стандартов в России стало важным шагом на пути к модернизации системы образования и повышения качества труда в различных отраслях. Профессиональные стандарты представляют собой документы, описывающие требования к квалификации и компетенциям работников, что способствует формированию единого подхода к оценке и развитию кадрового потенциала.

История внедрения профессиональных стандартов в России началась в начале 2000-х годов, когда возникла необходимость в систематизации требований к квалификациям работников различных отраслей. В 2008 году был представлен проект Национальной рамки квалификаций РФ, основанный на принципах Европейской рамки. В создании Национальной рамки квалификаций участвовали Министерство образования, Федеральный институт развития образования, РСПП и НАРК. Национальная рамка квалификаций Российской Федерации (НРК) представляет собой обобщенное описание квалификационных уровней, признаваемых на федеральном уровне, и основных способов их достижения в России [3]. В 2010 году стартовал пилотный проект "Новые кадры для новой экономики", направленный на разработку первых профессиональных стандартов.

Ключевым моментом стало принятие в 2013 году Федерального закона "О профессиональных стандартах", который определил правовые основы для их создания и применения, а также обозначил роль государственных органов, работодателей и образовательных учреждений. С 2014 по 2015 годы началась активная работа над созданием стандартов в различных отраслях, таких как строительство, здравоохранение и информационные технологии. Так 31 марта 2014 года было принято Постановление Правительства № 487-р, которое утвердило комплексный план мероприятий по разработке профессиональных стандартов, их независимой профессионально-общественной экспертизе и применению [3].

С 2016 года профессиональные стандарты стали неотъемлемой частью реформы образования в России, их начали использовать для разработки новых образовательных программ и аккредитации учебных заведений. На современном этапе в стране существует множество профессиональных стандартов, которые продолжают обновляться и адаптироваться к требованиям рынка труда, при этом акцентируется внимание на важности непрерывного образования и повышения квалификации работников.

На уровне образовательных учреждений внедрение профессиональных стандартов предполагает пересмотр учебных планов и программ, а также разработку новых методических материалов, которые соответствуют актуальным требованиям. Это способствует улучшению качества подготовки специалистов и повышению их конкурентоспособности на рынке труда. Важно отметить, что профессиональные стандарты не только определяют минимальные требования к квалификации, но и способствуют формированию системы непрерывного образования, где работники могут повышать свою квалификацию в соответствии с изменениями в профессии.

На уровне предприятий внедрение профессиональных стандартов позволяет оптимизировать процессы подбора и оценки персонала, а также разработать эффективные системы обучения и аттестации. Работодатели получают возможность более точно формулировать требования к кандидатам и оценивать их компетенции, что способствует снижению рисков при найме и повышению общей эффективности работы команды.

В целом, отечественная практика внедрения профессиональных стандартов демонстрирует положительные результаты. Она способствует более тесному взаимодействию между образовательными учреждениями и работодателями, повышает качество подготовки специалистов и обеспечивает соответствие между спросом и предложением на рынке труда. Тем не менее, для достижения максимальной эффективности необходимо продолжать работу над совершенствованием системы профессиональных стандартов и их интеграцией в образовательные процессы.

Представляет интерес зарубежный опыт внедрения профстандартов, который включает использование национальных и международных стандартов для определения квалификаций, планирования карьеры и повышения качества образования. Как отмечает автор, «для успешного внедрения важно привлечь социальных партнеров – работодателей, профсоюзы и образовательные учреждения – к процессу разработки и

обновления стандартов. Это позволяет учесть интересы всех сторон и обеспечить актуальность стандартов рынку труда» [2]. Ряд европейских стран, например Германия, Великобритания, активно используют системы сертификации, которые основаны на профессиональных стандартах. Эти стандарты определяют требования к знаниям, умениям и опыту в различных отраслях, что помогает работникам планировать свое обучение и карьеру, а работодателям – находить квалифицированных специалистов. ISO (Международная организация по стандартизации) - разрабатывает международные стандарты, которые могут использоваться как напрямую, так и при разработке национальных стандартов. Применение международных стандартов обеспечивает единый подход к определению квалификаций и способствует мобильности рабочей силы на мировом уровне. ISO разрабатывает и публикует стандарты, которые помогают обеспечить качество, безопасность и эффективность продукции и услуг. В контексте профессиональных стандартов ISO предлагает рамки для управления качеством, что может быть полезно для профессионалов в различных сферах. Например, ISO 9001 — это стандарт системы менеджмента качества, который применим к любым организациям и может быть адаптирован для конкретных профессиональных областей. Кроме того, ISO разрабатывает стандарты, касающиеся компетенций и квалификаций работников, такие как ISO/IEC 17024, который устанавливает требования к организациям, проводящим сертификацию персонала. Это помогает обеспечить единые критерии оценки квалификации специалистов на международном уровне. Например, в странах Европейского Союза действует система Европейских квалификаций (EQF), которая обеспечивает сопоставимость уровней образования и квалификаций между государствами-членами.

Таким образом, ключевые аспекты зарубежного опыта включают следующие требования:

1. Гибкость и адаптивность: профстандарты в большинстве стран разрабатываются с учетом изменений на рынке труда и технологических новшеств, что позволяет быстро адаптироваться к новым условиям.

2. Участие всех заинтересованных сторон: в процессе разработки профстандартов активно участвуют не только работодатели, но и профессиональные ассоциации, образовательные учреждения и государственные органы, что обеспечивает более полное представление о потребностях рынка.

3. Система непрерывного обучения: многие страны внедрили концепцию непрерывного образования, что позволяет специалистам обновлять свои знания и навыки на протяжении всей карьеры.

Примером успешной реализации профстандартов за границей является модель «Dual Education» в Германии, где обучение происходит одновременно в учебных заведениях и на предприятиях. Это обеспечивает высокую степень соответствия образовательных программ требованиям работодателей.

Таким образом внедрение профессиональных стандартов в России и за рубежом является важным шагом к улучшению качества образования и соответствия квалификаций требованиям современного рынка труда. Несмотря на существующие достижения в этой области, российская система все еще сталкивается с вызовами, связанными с интеграцией профессиональных стандартов в образовательные программы и недостаточной вовлеченностью работодателей. Изучение зарубежного опыта показывает, что акцент на компетентностный подход и активное участие профессиональных сообществ могут значительно повысить эффективность подготовки специалистов. Для успешного внедрения профессиональных стандартов в России необходимо развивать механизмы взаимодействия между образовательными учреждениями и работодателями, а также адаптировать учебные программы к требованиям рынка. В конечном счете, создание системы, которая будет обеспечивать непрерывное обновление знаний и навыков работников, позволит не только повысить конкурентоспособность специалистов, но и способствовать устойчивому развитию экономики в целом. Интеграция лучших практик из международного опыта станет ключевым фактором в достижении этих целей и обеспечении соответствия образования требованиям XXI века.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 03.12.2012 № 236-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статью 1 Федерального закона "О техническом регулировании"».

2. Канаков А.С. Внедрение профессиональных стандартов как элемент кадровой политики // Парадигма. 2019. № 2. С. 44–48.

3. История разработки профессиональных стандартов 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.estimatica.info/assessment/profstandarty/166-istoriya-razrabotki-professionalnyh-standartov>.

КОММУНИКАЦИЯ – ОБЩЕСТВО – ЧЕЛОВЕК

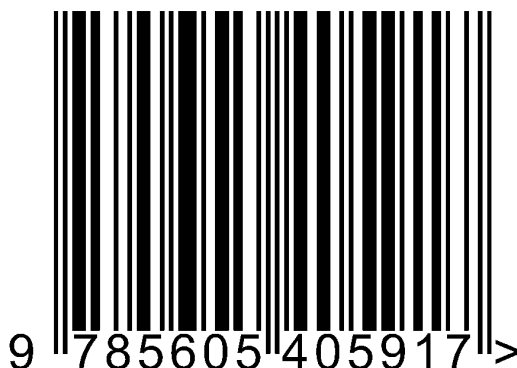
Научное издание

*Сборник научных трудов
IV Национальной научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием*

9–11 октября 2025 года

Компьютерная верстка Монахов И.А.

ISBN 978-5-6054059-1-7



Подписано в печать 12.11.2025 г. Формат 60х90/16.
Усл. печ. л 29,63. Тираж 30 экз. Заказ № 7273.

Отпечатано в ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»
150062, г. Ярославль, пр-д Доброхотова, д.16, кв.158
Тел.: (4852) 58-76-33, 58-76-37
E-mail: kancler2007@yandex.ru