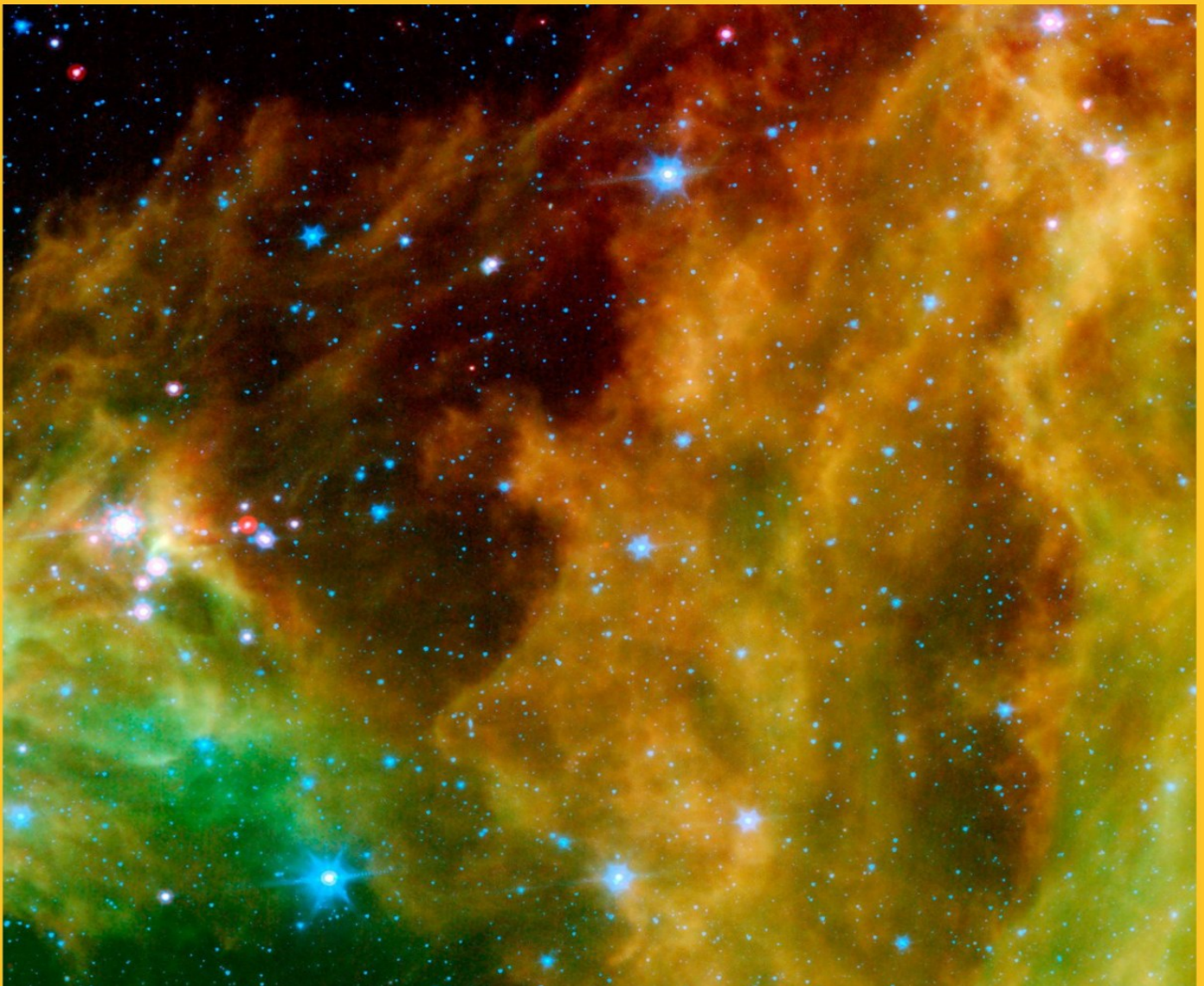


JULE 2026 | ISSUE #7(1)

INTERNATIONAL JOURNAL OF PROFESSIONAL SCIENCE

.....

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL



SCIPRO.RU

ISSN 2542-1085

SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES

UDC 001
LBC 72

International Journal Of Professional Science: international scientific journal, Nizhny Novgorod, Russia: Scientific public organization “Professional science”, №7(1) - 2026. 255 p.

ISSN 2542-1085

International journal of Professional Science is the research and practice edition which includes the scientific articles of students, graduate students, postdoctoral students, doctoral candidates, research scientists of Russia, the countries of FSU, Europe and beyond, reflecting the processes and the changes occurring in the structure of present knowledge.

It is destined for teachers, graduate students, students and people who are interested in contemporary science.

All articles included in the collection have been peer-reviewed and published in the form in which they were presented by the authors. The authors are responsible for the content of their articles.

The information about the published articles is provided into the system of the Russian science citation index – RSCI under contract № 2819-10/2015K from 14.10.2015

The electronic version is freely available on the website <http://scipro.ru/ijps.html>

UDC 001

LBC 72



Editorial team

Chief Editor – Krasnova Natalya, PhD, assistant professor of accounting and auditing the Nizhny Novgorod State University of Architecture and Construction. (mail@nkrasnova.ru)

Zhanar Zhanpeisova — Kazakhstan, PhD

Khalmatova Barno Turdyhodzhaeva — Uzbekistan, MD, Professor, Head of the Tashkent Medical Academy

Tursunov Dilmurat Abdullazhanovich — Kyrgyzstan, PhD, Osh State University

Ekaterina Petkova, Ph.D Medical University — Plovdiv

Stoyan Papanov PhD, Department of Pharmacognosy and pharmaceutical chemistry, Faculty of Pharmacy, Medical University — Plovdiv

Materials printed from the originals filed with the organizing committee responsible for the accuracy of the information are the authors of articles

Editors N.A. Krasnova, 2026

Article writers, 2026

Scientific public organization
“Professional science”, 2026

Table of contents

INTRODUCTION	6
CULTURAL STUDIES AND ARTS	8
Basharin A.R. Christian existentialism by N.A. Berdyaev	8
Cherepova S.D. Contradictions in the terms defining souvenir products.....	14
Khachatryan A.A. Impact of Digitalization and User Reviews on the Development of the Film Industry.....	19
Krisanov M.N. Features of the decembrist consciousness from the point of view of modern historiography.....	27
Savitskaya V. Artificial Intelligence: Forecasts of Use in Creative Industries	34
Vorobev V.A. A new type of chamber-vocal miniature in the works of S.I. Taneyev	39
ECONOMICS AND MANAGEMENT	44
Abaev A.L., Vavreshuk M.S. The phenomenon of the blogosphere in the system of marketing communications of FMCG.....	44
Boytush O.A. Insurance of export risks of the Russian Federation in conditions of geopolitical instability	50
Eiriyana N.A., Pavlova Y.S. Optimizing the production structure of agricultural raw materials within the framework of ensuring Russia's food independence.....	57
Matveeva A.I., Klementyev A.A., Bublik D.A. Marketing research into the impact of cognitive biases on consumer preferences in advertising campaigns of NPK LLC.....	69
Musukova A.A. Building trust as a factor in the value offer of a security company in the B2B segment.....	78
Osipova O.V., Karpova A.S. Modern trends in business process management.....	84
EDUCATION AND PEDAGOGY	89
Abboud H.Y., Lapshina E.N., Zakharova S.G. Managing interaction: the impact of cultural exchange on attracting foreign students to Russian universities	89
Danilov K.A. Generative Artificial Intelligence as a Feedback Tool in Teaching Foreign Language Writing: Opportunities and Limitations	101
Lukyanova E.Yu., Popelchuk G.A. The practice of using digital self-management tools and self-presentation techniques in professional development of students of pedagogical specialties (the case of universities in the reunited regions).....	106
Malkova A.A. Event-based format in additional education as a driver of schoolchildren's environmental responsibility	124
Stolbov P.V., Protasova L.A. Transformation of the competence model of a construction university graduate in the digital economy.....	130
Zakharova S.G., Lapshina E.N., Abboud H.Y. Training areas and regional concentration of foreign students in Russia	137
JURISPRUDENCE AND LAW	144
Bondareva E.M., Shumilina A.B. The concept of non-profit organizations and their different features in the legislation of the Russian Federation	144
Chanova A.Y. Features of Involving Minors in Crimes Committed via the Internet: Problems of Qualification under Article 150 of the Criminal Code of the Russian Federation.....	150
Dmitrieva P.V. The issue of protecting copyright and related rights in the era of digitalization of technologies	155

Dorofeev K.I. Main elements of the technological and financial infrastructure used by offenders for the purposes of sexual exploitation of children, as well as the production and circulation of such materials with their participation.....	163
Rybalkin E.S. Legal regulation of sports management in the Russian Federation	172
Shaboyan A.D., Shumilina A.B. Small and medium-sized business in modern Russia: concept, legal regulation, rights, and interests.....	179
Styslovich A.P. The nature of information and communication technologies in civil justice in BRICS countries.....	187
MASS MEDIA AND COMMUNICATION	191
Yakimets M.P. Research and analysis of fake information about the special military operation on the example of the Komsomolskaya Pravda.....	191
Zhong Xin. Fact-checking as a tool for increasing trust in contemporary media	199
PSYCHOLOGY AND PSYCHOTHERAPY	213
Buryanova A.A., Minina A.V., Tatosyan M.M. Spiritual and moral values in the context of psychological assistance: integration into consulting practice	213
Radchenko A.A. Body, identity and loss: a case study in perinatal loss therapy within a hysterical structure of personality, theoretical foundations and clinical aspects.....	221
Radchenko A.A. The Unconscious Body Image in Françoise Dolto's Psychoanalysis: Theoretical Foundations and Clinical Aspects	227
Shlyuev K.A. Theoretical prerequisites for the emergence of field models of consciousness in psychology: from metaphor to biophysics	231
SOCIAL WORK AND SOCIAL POLICY	246
Ilyasova E.E. Problems of positive socialization of preschoolers in modern pedagogical science	246
CONCLUSION	254

INTRODUCTION

The latest issue of the International Journal of Professional Science, No. 7(1), brings together a wide range of studies reflecting current developments in the humanities, social sciences, economics, law, and psychological and pedagogical sciences. The materials presented demonstrate the interdisciplinary nature of contemporary professional science, in which issues of culture, digitalization, management, education, law, communication, psychological support, and social policy are examined in close connection with changes in social practice.

The "Cultural Arts" section analyzes the philosophical, historical, cultural, art historical, and technological aspects of contemporary culture. The authors address the Christian existentialism of N.A. Berdyaev, the problems of terminological definitions of souvenirs, the influence of digital technologies and user reviews on the development of the film industry, the characteristics of the Decembrist consciousness in modern historiography, the prospects for the application of artificial intelligence in the creative industries, and a new type of chamber vocal miniature in the work of S.I. Taneyev. These studies demonstrate that the cultural space develops at the intersection of tradition, interpretation, and technological innovation.

The issue's economic and management section explores modern approaches to the analysis of marketing communications, consumer behavior, business processes, food sustainability, and corporate trust. The articles examine the blogosphere's role in promoting consumer goods, insuring export risks, optimizing the production structure of agricultural raw materials, the influence of cognitive biases on consumer preferences, building trust in the B2B segment, and trends in business process management. These works highlight the need for flexible management solutions in the context of the digital economy and changing market environment.

The "Education and Pedagogy" section reflects the importance of internationalization, digitalization, and a competency-based approach in the modern educational system. The authors explore the impact of cultural exchange on attracting international students, the potential and limitations of generative artificial intelligence in teaching foreign language writing, the use of digital self-management and self-presentation tools in the professional development of future teachers, the event-based format of supplementary education as a factor in schoolchildren's environmental responsibility, the transformation of the competency model for graduates of a construction university, and the regional concentration of international students

in Russia. These materials demonstrate that education is becoming increasingly open, technologically advanced, and focused on developing practical competencies.

The legal section of the issue addresses current issues of legal regulation in the context of digitalization and changing social relations. The authors focus on the legal status of non-profit organizations, the challenges of qualifying the involvement of minors in crimes via the internet, the protection of copyright and related rights in the digital age, combating the exploitation of children in the digital environment, the legal regulation of sports management, protecting the interests of small and medium-sized businesses, and the use of information and communication technologies in civil justice in BRICS countries. These studies have significant practical significance for improving legislation and law enforcement practices.

The "Mass Media and Communications" section addresses issues of information reliability, media trust, and fact-checking in the modern information environment. The authors examine mechanisms for analyzing unreliable information and the role of fact-checking as a tool for increasing trust in modern media. These articles emphasize the importance of professional journalism standards, media literacy, and responsible information handling.

The issue's psychology section includes studies on spiritual and moral values in counseling practice, perinatal grief therapy, the unconscious body image in Françoise Dolto's psychoanalytic tradition, and the theoretical prerequisites for the emergence of field models of consciousness in psychology. The materials presented expand understanding of personality, corporeality, the experience of loss, and the possibilities of psychological support in difficult life situations.

The issue concludes with the "Social Work and Social Policy" section, which examines issues of positive socialization of preschoolers in modern pedagogical science. This topic organically complements the overall theme of the issue, emphasizing the importance of early development, the educational environment, and social support in the formation of a child's personality.

With best wishes and warm regards,
Editor-in-Chief
International Journal of Professional Science
Krasnova N.A.

CULTURAL STUDIES AND ARTS

UDC 1 (091)

Basharin A.R. Christian existentialism by N.A. Berdyaev

Христианский экзистенциализм Н.А. Бердяева

Basharin Arseniy Romanovich,

lecturer of the Department of Social and Legal Disciplines, Perm Pedagogical College, Perm.

Башарин Арсений Романович,

преподаватель кафедры социально-юридических дисциплин, ГБПОУ "Пермский профессионально-педагогический колледж", г. Пермь

Abstract. *This article provides an overview of the central ideas of the outstanding Russian thinker Nikolai Alexandrovich Berdyaev in their relation to traditional Christian doctrine. The paper focuses on the philosopher's existentialist views, since they not only serve as the constitutive foundations of his oeuvre (including his historiosophical works) but also represent a specific phenomenon of the existentialist reception of Christian anthropology. The article examines the problem of compatibility between Berdyaev's ideas and traditional Christian teaching. It is argued that the unconditional integration of the Russian philosopher's ideas into the fabric of Christian theology is impossible.*

Keywords: Christianity, existentialism, freedom, creativity, eschatology, dogmatics.

Аннотация. В настоящей статье представлено обзорное рассмотрение центральных идей выдающегося русского мыслителя Николая Александровича Бердяева в их отношении к традиционному христианскому учению. Работа держит фокус на корпусе экзистенциалистских воззрений философа, поскольку они не только служат конститутивными основами творчества одного (включая историософские труды), но и являются специфическим феноменом экзистенциалистской рецепции христианской антропологии. В статье раскрывается проблема совместимости идей Н.А. Бердяева и традиционного христианского вероучения. Утверждается, что безусловная интеграция идей русского философа в ткань христианского богословия невозможна.

Ключевые слова: экзистенциализм, христианство, свобода, творчество, эсхатология, догматика.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Николай Александрович Бердяев, несомненно, является одним из наиболее известных и ярких философов русского серебряного века. Миросозерцание мыслителя можно отнести к антропоцентрическому теизму, в рамках которого человек представляется в качестве микрокосмического существа, наделённого неотчуждаемой свободой воли и призванного к действительному созиданию.

Философия Н.А. Бердяева может быть уверенно охарактеризована как экзистенциализм, пребывающий в христианском мироощущении. Подлинное разрешение антиномий человеческого существования, с точки зрения русского философа, может произойти только при обращении к Вечности, выступающей как качественное инобытие, в недрах которой пребывает сам страж примордиальной

свободы, т.е. Бог [3, с. 402].

С этим представлением напрямую связана своеобразная сотериологическая компонента в философии Н.А. Бердяева, заключающаяся в том, что подлинный творческий акт, богодействие, исходящее из ноуменальной духовной реальности, становится средством достижения действительного обожения.

Метафизика творчества Н.А. Бердяева опирается на манифестацию духовной неисчерпаемости личности. Человек есть существо богоподобное, поэтому его истинным назначением является творчество, понимаемое в качестве глубинного метафизического акта, находящее лишь блёклое отражение в мире объективаций. Преодоление этого мира в творческом акте представляется как шаг на пути к победе человеческого духа над злом, воплощенного в детерминизме объективированной действительности [5, с. 4].

Поскольку в существе своём философия Н.А. Бердяева принадлежит к религиозному экзистенциализму, стремящемуся корреспондировать христианской онтологии, принципиально важно раскрыть её корневые идеи, так как это позволит не только придать творческому наследию мыслителя конститутивную связность, но и оценить их корреляцию с христианским мирозерцанием.

Идея безосновной свободы является центральным элементом экзистенциалистских исканий русского философа [3, с. 58]. Именно свобода в творчестве Н.А. Бердяева выступает в качестве онтологического фундамента, предшествующего всему сущему. Свобода, с точки зрения мыслителя, несотворима. Бог, что немыслимо для традиционного христианства, предвечно пребывает в этой первоначальной свободе, и именно в этой свободе Он совершает акты креации.

Излагаемая идея фундаментальна для философии Н.А. Бердяева по той причине, что именно безосновность свободы, в которой вместе с Богом пребывает и человек, обуславливает онтологическую индетерминированность воли последнего. Свобода становится естественным лоном для разворачивания человеческой силы. Бог же выступает в качестве защитника свободы и «воспитателя» человека.

Встреча с Абсолютом – необходимое преддверие преображения. Бог – проводник к примордиальной свободе. Именно в обретении этой ноуменальной свободы человек находит путь к преодолению исторического и выхода к подлинной метаисторической реальности. В этом состоит феномен эсхатологического настроения философии Н.А. Бердяева. История завершится тогда, когда человечество через опыт Богочеловечества прорвется в царство свободы и преодолеет детерминизм - воплощение греха.

Примат безосновной свободы также находит выражение в антионтологизме философских поисков русского мыслителя. Свобода изначальна, обладает наивысшей

реальностью. На этой почве Н.А. Бердяев порывает со всяким гипостазированием бытия в форме тотальных метафизических конструкций [1, с. 89].

Итак, свобода – метафизическое «пространство», где разворачивается метаисторическая теургия, ко-креация Бога и человека. Она же и есть исток человеческой свободы. Отказ от свободы в пользу различных эгоистических прельщений и страстей оборачивается рабством человека. В этом состоит и трагедия грехопадения. Ноша свободы для многих людей оказывается нестерпимой, так как за неё, с позиции Н.А. Бердяева, надлежит перманентно бороться. Эта борьба разворачивается не только на индивидуальном уровне, но и в масштабах целых эпох.

Побег от свободы приводит к рабству, ложной свободе, связанной с отказом от всяких ограничений в пользу эгоистического самоутверждения личности. Так, мыслитель утверждает, что рабство человека всегда имеет внутренний источник, т.е. является пленом у самого себя. Формы рабства претерпевают богатую дифференциацию в объективированном мире, но существо их сводится к тому, что сам эгоцентризм является его истоком [1, с. 159]. Соответственно, эгоизм – это системообразующий порок, что коррелирует с ортодоксальной христианской амартологией.

Учение о безосновной свободе отчетливо прослеживается в историософских работах Н.А. Бердяева. В «Русской идее» философ, «препарируя» этос русской культуры, узревает в русской душе бесконечную тягу к свободе, эсхатологическую жажду. Именно этот феномен позволяет Н.А. Бердяеву утверждать, что русская идея может и должна стать универсальной и метаэтнической.

Вместе с тем мыслитель обнажает трагедию русского этоса, выражающуюся в его амбивалентности, попеременной смене настроений сотериологических исканий и кровавого бунта, поиска соборности и насаждения коллективизма. Особое внимание этой антиномичности русской идеи уделено в работе «Истоки и смысл русского коммунизма». Преодоление этой амбивалентности возможно лишь через метанойю в сознании народа, прорыв к свободе, достижение соборности через перенос фокуса духовного внимания на бесценность человеческой личности.

Фундамент философии Н.А. Бердяева, то есть учение о безосновной свободе, стал центральным объектом критики не только со стороны христианской ортодоксии, но и с фланга русских религиозных философов серебряного века и эпохи эмиграции.

С точки зрения христианской традиции, Богу не может предшествовать никакая иная реальность или сущность, Он совершенно самодостаточен, абсолютен, предвечен [11, с. 27-28]. Иноприродность Бога, постулируемая в рамках догматического богословия, не допускает того имманентизма, который выражается в теургийном

аспекте учения Н.А. Бердяева о свободе [8, с. 138-139].

Другие философы русской религиозной традиции также подвергали учение о безусловной свободе бескомпромиссной критике. К примеру, Н.О. Лосский [9] и его последователь С.А. Левицкий [7] указывали, что данное допущение непременно умаляет роль Бога, низводит его до арбитра в космогонических отношениях. В частности, С.А. Левицкий утверждал, что в этом отношении идеи Н.А. Бердяева, несмотря на их христианский окрас, пребывают в опасной близости к безбожной антропологии. Русский священнослужитель и религиозный мыслитель В.В. Зеньковский также отмечал несовместимость этого учения с традиционным церковным учением о пределах богочеловеческих отношений [6].

Учение о безусловной свободе неразрывно связано с теургийным аспектом философии Н.А. Бердяева. В отличие от представителей софиологической линии в русской традиции, где личность выступает «возделывателем» поля божественных эйдосов, мыслитель понимает творчество как демиургию, акт, коренящийся в неисчерпаемой природе самого человека. В творческом акте человек обращается к вечности. В опыте этой «встречи» с вечностью обретается освобождение от оков мира [5, с. 6].

В творческом акте обнажается божественный след, глубоко отпечатанный на человеческой природе. Поэтому же творчество всегда предпосылает свидетельство о живом Боге, предуготовляет встречу человека и Бога. Воссоединение с Богом возводит человека на теургийную ступень, в рамках которой творчество становится богочеловеческим процессом. Бог и человек «сливаются» в бытийственном акте созидания, что и является, с позиции Н.А. Бердяева, метафизическим исцелением человека, т.е. теозисом.

Историософские работы Н.А. Бердяева пронизаны духом теургийной эсхатологии. Человечество, достигая соборности, способно разорвать континуум детерминизма и положить конец истории. Завершение истории связано не с тотальной «кончиной мира», а с выходом в метаисторическое пространство свободного богочеловеческого творчества [4, с. 231]. На этом же основании мыслитель отвергает идею бесконечного прогресса как пролонгацию природного рабства, выдаваемого за освоение стихийных сил. Эти идеи составляют квинтэссенцию историософии Н.А. Бердяева.

Очевидно, что концепция теургийной эсхатологии не может быть принята догматическим богословием Церкви. Учение о соработничестве человека и Бога допускает определённую трансгрессию, где становится допустимым пребывание Творца и твари почти в одной онтологической перспективе. Это опасное сближение, которое,

как может казаться с позиций традиционного христианского учения, приводит к чрезмерному антропоморфизму.

Представленный обзор центральных идей Н.А. Бердяева и их критики позволяет увидеть три фундаментальных расхождения с традицией Церкви.

Первое и самое глубокое расхождение – это учение о безосновной (ungrund) свободе. Тотальный креационизм, т.е. сотворение всей бытийственной полноты ex nihilo, есть один из столпов христианского богословия. Отход от данного канона недопустим, так как это подрывает идею Бога как Абсолюта, что закономерно делает проблему теодицеи принципиально неразрешимой (именно оправдание зла стало непреодолимой проблемой в традиции русского всеединства). Христианское учение допускает кенозис (умаление Бога) в отношении человека, но это не отнимает у Бога той абсолютности, на которую покушается концепция безосновной свободы Н.А. Бердяева.

Второе существенное расхождение – теургийный аспект. Н.А. Бердяев в вопросе о природе теозиса решительно переносит фокус с глубины единства мистического переживания и умного видения Бога на слияние человека и Бога в теургии. Это не только духовно обедняет христианскую тайну обожения [10, с. 20-21], поскольку упускает всю суть внутреннего преображения, но и постулирует чрезмерную близость человека и Бога, недопустимую трансгрессию человека за пределы собственной природы. Христианское богословие подразумевает неотъемлемость креативных способностей человеческого существа, в этом заключена его божественность. Однако та теургия, о которой пишет философ, может быть расценена богословием как «люциферианское» притязание человека, ведущее не к восполнению естества, но к деструктивному самообольщению.

Третье обнаруженное расхождение – эсхатологические противоречия. Историософия Н.А. Бердяева практически уничтожает роль Бога в переходе от «земной» истории к «небесной». История как детерминированный континуум преодолевается человеческими силами, христианское же богословие не мыслит метаисторического перехода без всеобщего воскресения, Страшного Суда, т.е. неминуемого Божественного вмешательства в историю.

При всей близости персоналистских и экзистенциалистских идей Н.А. Бердяева к христианской антропологии, включая их высокий гуманизм, антиматериализм, панморализм и спиритуализм, нет твёрдых оснований утверждать, что между христианским богословием и творчеством русского мыслителя существует только положительная корреляция. Идеи Н.А. Бердяева не могут найти безусловной интеграции в ткань традиционного христианского учения, хотя их моральный заряд и человекоцентричность однозначно резонируют с духом христианства.

References

1. Бердяев Н.А. О свободе и рабстве человека. Опыт персоналистической философии. – М.: Амрита-Русь, 2021. – С. 320.
2. Бердяев Н.А. Русская идея; Истоки и смысл русского коммунизма. – М.: АСТ, 2020. – С. 520.
3. Бердяев Н.А. Самопознание. – М.: АСТ, 2019. – С. 480.
4. Бердяев Н.А. Смысл истории. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. – С. 256.
5. Бердяев Н.А. Смысл творчества. – М.: АСТ, 2018. – С. 416.
6. Зеньковский В.В. Основы христианской философии. – М: Канон+, 1997. – С. 560.
7. Левицкий С.А. Трагедия свободы. – М.: Канон+, 1995. – С.512.
8. Лосский В.Н. Очерк мистического богословия Восточной Церкви. Догматическое богословие. – М.: Академический проспект; Парадигма, 2015. – С. 543.
9. Лосский Н.О. История русской философии. – СПб: Издательская группа Азбука-Аттикус, 2018. – С. 608.
10. Палама Г. Как можно видеть Бога / Сост. Посадский Н.С. – М.: Сибирская благовонница, 2017. – С. 44.
11. Слободской С.А. Закон Божий: для семьи и школы. – Издание Владимирской епархии, 1998. – С.722.

UDC 74 + 001.4

Cherepova S.D. Contradictions in the terms defining souvenir products

Противоречия в терминах, определяющих сувенирную продукцию

Cherepova Svetlana Denisovna

Master's student, first year, Institute of Social Engineering,
Department of Sociology and Advertising Communications,
"Branding and Design Thinking" program
A.N. Kosygin State University of Russia
(Technology. Design. Art)
Moscow
Academic Supervisor:

Kozyreva Lyubov Konstantinovna

PhD in Art History, Associate Professor,
Department of Sociology and Advertising Communications
A.N. Kosygin State University of Russia
(Technology. Design. Art)
Moscow

Черепова Светлана Денисовна
магистрант, 1 курс, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций, направление «Брендинг и дизайн-мышление»
Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
г. Москва
Научный руководитель:
Козырева Любовь Константиновна
кандидат искусствоведения, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций
Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)
г. Москва

Abstract. Recently, the term «souvenir products» has increasingly been used not only in tourism but also as a subject of research as a design product. A variety of definitions and interpretations are emerging, as well as new terms and words that expand the semantic field. The souvenir market itself is also changing in Russia, as evidenced by expert trend analysis published in the media [12], including the development of a professional creative component. Therefore, terminology clarification is required to identify potential contradictions and determine the correct use of terms and neologisms in scientific discourse and informational texts.

Keywords: souvenir, souvenir products, advertising products, branded products, merch.

Аннотация. В последнее время «сувенирная продукция» как термин все чаще используется не только в туризме, но становится предметом исследования как дизайнерский продукт. Появляется разнообразие определений и трактовок, а также новые термины и слова, расширяющие семантическое поле. Также меняется сам рынок сувенирной продукции в России, о чем свидетельствуют экспертная тренд-аналитика, публикуемая в СМИ [12], в том числе отмечается развитие профессиональной креативной составляющей. В связи с этим требуется уточнение терминологии, чтобы выявить возможные противоречия и определить корректность использования терминов и неологизмов в научном обороте и информационных текстах.

Ключевые слова: сувенир, сувенирная продукция, рекламная продукция, брендированная продукция, мерч.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Исследование терминов следует начать с того, какие из них введены в научный оборот. При изучении авторефератов кандидатских диссертаций было выявлено, что в научный оборот введены термины: сувенирная продукция, сувенир, рекламная продукция, брендированная продукция. «Сувенирная продукция» и «сувенир» используются авторами в темах исследования индустрии туризма, а «рекламная» и «брендированная продукция» в темах исследования рекламы и маркетинга.

Самым распространенным термином в научной литературе и статьях является «сувенир». Приведем несколько определений.

Сувенир – вещь-напоминание, имеющая повышенную степень духовной близости человеку и связанная с его личной историей и системой ценностей. Как продукт культуры, сувенир не совпадает со своими физическими границами, поскольку включает смыслы и воспоминания, связанные с определенным моментом переживаемого индивидом времени. Он гораздо более субъективирован самими обстоятельствами приобретения или дарения и всегда является элементом различных коммуникаций. [2]

Сувенир (souvenir) в переводе с французского – воспоминание. [4]

Согласно приведенным определениям, главным отличительным признаком сувенира является то, что он соотносится с памятью человека, который покупает или получает сувенир. То есть, сувениром может быть любой предмет, обладающий положительным эмоциональным триггером для пользователя. Но есть также и определения, которые описывают сувенир более подробно.

Сувенир – это вещь или предмет, который является средством идентификации индивидов и коммуникации между ними в обществе, в определенных промежутках времени и в пространстве, несущий в себе образную и функциональную составляющие культуры, места, события и выполняющий имиджевую и рекламную роль. [1]

Такие определения противоречат более емким, так как сужают значение термина и не оставляют места более широкому и устоявшемуся в научном обороте понятию.

Также при исследовании определений и научных материалов было выявлено, что словосочетание «сувенирная продукция» используется не как определение, а лишь как синоним к термину «сувенир». Данную замену понятий можно отнести к противоречиям, так как слово «продукция» означает, что вещь была произведена в определенном тираже с конкретной целью, чего нельзя сказать про все возможные предметы, которые пользователь может отнести к сувенирам. Те предметы, которые не были специально произведены, но все же являются сувенирами по контексту появления в обиходе потребителя, при наличии фактора его памятности.

Можно отметить и несколько определений видов сувениров по признакам.

Туристический сувенир – это изделие, приобретаемое туристом (экскурсантом) на память о своем путешествии и вызывающее у него ассоциации с территорией пребывания и ее туристскими ресурсами. [6]

Туристская сувенирная продукция – товарная продукция массового производства, обладающая определенными функциональными характеристиками, эстетическими свойствами и высоким уровнем качества, тесно связанная с отдельными брендами туристской дестинации и удовлетворяющая, прежде всего, духовные запросы потребителя, реализация которой возможна как на объектах туристской инфраструктуры, так и посредством возможностей интернет-торговли. [7]

Рекламный сувенир – вещь, вручаемая потребителю бесплатно для достижения маркетинговых или коммуникативных целей дарителя посредством актуализации информации о местности, событии, объекте (дарителе), наделенная особой значимостью (функциональной, смысловой или эстетической) для получателя. [3]

Еже одним термином является брендируемая продукция.

Товарное брендирование предполагает деятельность по созданию долгосрочной лояльности к товару, которая достигается воздействием на потребителя при помощи товарного знака, упаковки, рекламных кампаний. Данная разновидность брендирования включает нейминг бренда, отличный от наименования производителя. [8]

Рассмотрев определения можно заключить, что сувенир и сувенирную продукцию объединяют эмоции. Это материальное воспоминание о чем-то важном для потребителя. Рекламная и брендируемая же продукция несут более утилитарную функцию.

Также нельзя игнорировать, что в информационном поле устоявшимся словом для обозначения сувениров является «мерч».

Мерч от английского merchandise – товары, сувениры. В англоязычной среде мерчем также называют продукцию для поклонников того или иного бренда. В русскоязычных текстах слово мерч стали использовать для обозначения современных, продуманных и востребованных сувениров.

В научный оборот слово мерч не введено, но встречается в научных статьях.

Мерч как разновидность брендируемой и логотипированной рекламно-сувенирной продукции, создание и продажа которой выполняют следующие функции: повышение индекса узнаваемости конкретного бренда, команды или исполнителя; совершенствование их имиджа в массовом сознании; повышение лояльности и доверия потребителя путем удовлетворения его собственных социально- психологических потребностей; сопутствующий этим процессам и выступающий как их результат рост коммерческой прибыли. [5]

Приведем также примеры определения мерча от российских компаний.

Мерч – это брендированная продукция, которую компании создают для продвижения бренда, работы с аудиторией и решения бизнес-задач. [11]

Мерч — это любые товары, которые отражают Tone of Voice и ДНК бренда или компании. [9]

Мерч – это различные сувениры, предметы одежды, обуви, аксессуары и другие вещи с символикой бренда. [10]

Мерч — это сувенирная продукция бренда, которая используется для его продвижения. [13]

Мерч – это своего рода вариант неличной коммуникации клиента и бренда или компании, который чаще всего представлен брендированной одеждой и другим текстилем, гаджетами с логотипом, бизнес-аксессуарами, промотоварами и прочей корпоративной продукцией в фирменных цветах и с соответствующим айдентике дизайном. [14]

Исходя из изложенного, можно предложить триадическую семантическую модель. В сувенире и сувенирной продукции самое важное это воспоминание, которое связывает личный опыт с вещью. В рекламной и брендированной продукции на первом месте – предмет, так как с имиджевой точки зрения необходимо, чтобы он был качественным и полезным потребителю, иначе могут возникнуть риски, связанные с негативной обратной связью. В мерче на вершине бренд, так как суть мерча именно в связи с ним. Мерч не может существовать без сформированного бренда.



Рис. 1. Семантическая модель

В заключение хотелось бы отметить прослеживающуюся необходимость ввести в научный оборот термин мерч, чтобы более четко разграничивать понятия в исследованиях по данной теме. Рассмотренные термины должны быть уточнены, так как они дифференцированы по смыслу, и использовать их в качестве синонимов не корректно.

References

1. Акинфеева И. И., Железняк О. Е. Сувенир как феномен культуры: специфика и классификационные признаки. – Иркутск: Вестник ИрГТУ, 2015. – №5 (100) 2015. – с. 305-315.
2. Быстрова Т. Ю. Образ сувенира: разработка и восприятие. – Екатеринбург: Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры, 2015. – №1 (135). – с. 177-185.
3. Макаров А. А., Чикалова Л. С. Рекламно-сувенирная продукция – значимая маркетинговая коммуникация. – Саратов: Экономика и социум, 2021. – №3 (82) ч. 2 2021. – с. 104-109.
4. Мусина Р. Р. Сувенир. Разновидности и специфические особенности. – М.: Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С. Г. Строганова, 2020. – №4-1. – с. 36-44.
5. Русина С. В. «Мерч» как разновидность сувенирной продукции. – М.: Bulletin of the international centre of art and education, 2024. – №3. – с. 289-295.
6. Шаталов Г. В. Туристический сувенир: от идеи до туриста. – СПб.: Питер, 2022. – 352 с.
7. Юшков М. В. Стратегическое управление рынком туристской сувенирной продукции. – СПб.: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, 2020. – 20 с.
8. Брендинг // Большая российская энциклопедия. – 2023. – 23 июня [Электронный ресурс]. URL: <https://bigenc.ru/c/brendirovanie-47bd1d> (дата обращения 13.05.2026).
9. Как заставить футболку работать на бренд: секрет сильного мерча // Справочная Медиа Точка банк. – 2025. – 22 октября [Электронный ресурс]. URL: https://allo.tochka.com/merch?ysclid=mopidv0xo9357950762&utm_campaign=y_merch%3Fysclid%3Dmopidv0xo9357950762&utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f (дата обращения 15.05.2026).
10. Мерч // Media Contended. – 2024. – 17 сентября [Электронный ресурс]. URL: <https://media.contented.ru/glossary/merch/?ysclid=mopiezvde1566506447> (дата обращения 15.05.2026).
11. Мерч // СБЕР Про. – 2026. – 14 января [Электронный ресурс]. URL: <https://sber.pro/publication/merch/?ysclid=mopicaerfy243388933> (дата обращения 15.05.2026).
12. Что ждет индустрию мерча в 2026 году // РБК Компании. – 2026. – 13 января [Электронный ресурс]. URL: <https://companies.rbc.ru/news/xuM9agggKR/что-zhdet-industriyu-mercha-v-2026-godu/?ysclid=mozv41oecu716119314> (дата обращения 05.05.2026).
13. Что такое мерч и зачем он нужен бренду // Bang Bang Education. – 2024. – 4 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://bangbangeducation.ru/point/grafichieskii-dizain/что-takoe-merch/?ysclid=mopiwrxpgg523275175> (дата обращения 15.05.2026).
14. Что такое мерч: почему так важны корпоративные подарки // ILLAN GIFTS. – 2024. – 17 июля [Электронный ресурс]. URL: <https://illan-gifts.ru/blog/podborki/что-takoe-merch-pochemu-tak-vazhny-korporativnye-podarki/> (дата обращения 15.05.2026).

UDC 004.738.5:791

Khachatryan A.A. Impact of Digitalization and User Reviews on the Development of the Film Industry

Влияние цифровизации и пользовательских рецензий на развитие кинобизнеса

Khachatryan Artem Armenovich,

Graduate Student of the Faculty of Information and Computer Engineering,
National University of Science and Technology «MISIS»

Science adviser: **Tarasova A.P.,**

Cand. of Econ. Sc., Asc. Prof. of the Department of Management and Law,
Volga State Technological University

Хачатрян Артем Арменович,

Магистрант факультета информатики и вычислительной техники,
Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Научный руководитель

Тарасова А.П., канд. экон. наук, доцент кафедры управления и права

Поволжский государственный технологический университет

Abstract. The article examines the impact of digitalization and user reviews on the development of the global film industry from 2010 to 2025. It analyzes the changing role of online reviews in the film distribution process, as well as the influence of word-of-mouth in social networks on box office grosses and film profitability. The study considers the impact of digital platforms on the accessibility of film content, the number of films produced, and decision-making processes in film production. Based on current research, the main trends in the transformation of the film business are highlighted, and forecasts for the further development of the industry are presented.

Keywords: film business, digitalization, user reviews, box office, streaming platforms.

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровизации и пользовательских рецензий на развитие мировой киноиндустрии за период с 2010 по 2025. Проанализировано изменение роли онлайн-отзывов в процессе кинопроката, влияние сарафанного радио в социальных сетях на кассовые сборы и окупаемость фильмов. Рассматривается воздействие цифровых платформ на доступность киноконента, количество выпускаемых фильмов и процессы принятия решений в кинопроизводстве. На основе современных исследований выделены основные тенденции трансформации кинобизнеса и представлены прогнозы дальнейшего развития отрасли.

Ключевые слова: кинобизнес, цифровизация, пользовательские отзывы, кассовые сборы, стриминговые платформы.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение

За последние пятнадцать лет киноиндустрия пережила одну из крупнейших трансформаций за всю историю своего существования. Распространение цифровых технологий привело к изменению практически всех этапов жизненного цикла фильма: от производства и маркетинга до проката и потребления контента. Одним из наиболее значимых факторов стала цифровизация коммуникации между зрителями, благодаря

которой пользовательские отзывы превратились в важный инструмент формирования общественного мнения о фильме.

До появления социальных сетей и специализированных платформ зрители в основном ориентировались на профессиональных критиков и традиционные рекламные кампании. Однако развитие сервисов IMDb, Rotten Tomatoes, Letterboxd, Metacritic, а также социальных сетей Twitter, Facebook и Reddit привело к появлению феномена электронного сарафанного радио (electronic Word-of-Mouth, eWOM). Сегодня мнение тысяч пользователей способно оказать влияние на коммерческий успех фильма уже в первые дни проката.

Описание задачи

Целью исследования является анализ влияния цифровизации и пользовательских рецензий на развитие кинобизнеса в период с 2010 по 2025 год.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- анализ эволюции пользовательских отзывов в киноиндустрии;
- исследование влияния онлайн-рецензий на кассовые сборы фильмов;
- оценка воздействия цифровизации на производство и распространение кино;
- изучение изменений доступности киноконтента для зрителей;
- анализ влияния цифровых платформ на количество и качество выпускаемых фильмов;
- формирование прогноза дальнейшего развития отрасли.

Влияние пользовательских отзывов на кинопрокат

Исследования последних лет показывают, что пользовательские отзывы оказывают значительное влияние на коммерческий успех фильмов. Согласно анализу кинопроката Y. Liu, проведенному в США, количество обсуждений фильма в интернете демонстрирует сильную положительную корреляцию с кассовыми сборами и в ряде случаев оказывает большее влияние на коммерческий успех, чем традиционная реклама [4].

Влияние онлайн-рецензий значительно усилилось благодаря распространению социальных сетей и росту популярности платформ для оценки фильмов. Duan, Gu и Whinston показали, что рост количества пользовательских отзывов способствует увеличению продаж билетов даже при отсутствии существенного роста средней оценки фильма. Авторы связывают данный эффект с повышением осведомленности аудитории о существовании фильма [2]. Это объясняется повышением осведомленности

аудитории о существовании фильма, при этом не столь важно насколько положительно он оценивается.



График 1

«Сравнение влияния объема отзывов и их рейтинга на кассовые сборы (авторская визуализация по данным [1], [2], [4], [6])»

Особенно заметное влияние отзывы оказывают в первые недели проката. Согласно исследованию Hildebrand, Schlager и Häubl, опубликованному в Journal of Business Research, положительные пользовательские оценки способны увеличить кассовые сборы фильма в первые недели проката на 10–20 %, при этом наибольший эффект наблюдается в течение первых двух недель после премьеры [1]. В дальнейшем влияние отзывов постепенно снижается, поскольку большая часть потенциальной аудитории уже знакома с репутацией фильма.

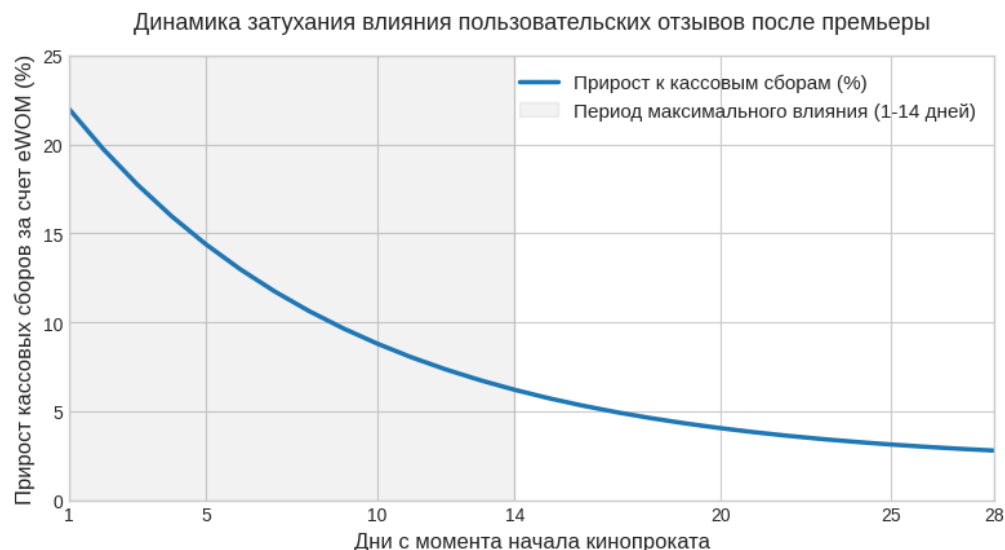


График 2

«Динамика затухания влияния пользовательских отзывов после премьеры (авторская визуализация по данным [1], [2], [4], [6])»

Развитие социальных сетей привело к появлению эффекта «мгновенной репутации». Если ранее негативные оценки критиков распространялись в течение нескольких дней или недель, то сегодня мнение зрителей формируется уже через несколько часов после первых показов. Это существенно повышает риски для крупных кинопроектов с бюджетами в сотни миллионов долларов.

Цифровизация и изменение производства фильмов

Развитие цифровых технологий повлияло не только на маркетинг, но и на процессы кинопроизводства. Современные студии активно используют данные о предпочтениях зрителей для принятия решений о запуске новых проектов.

Стриминговые платформы Netflix, Amazon Prime Video и Disney+ сейчас имеют не меньшее влияние, чем кинотеатры. В данный момент более половины всех новых релизов происходит сразу на этих площадках.

Как отмечают Hennig-Thurau, Ravid и Sorenson, данные о поведении пользователей стали одним из ключевых стратегических ресурсов современной киноиндустрии. Аналитика больших данных используется не только для рекомендаций контента, но и для принятия решений о запуске новых проектов и оценке их потенциальной рентабельности [5].



График 3

«Рост мирового производства полнометражных фильмов (авторская визуализация по данным [5], [7])»

Стриминговые платформы собирают огромные объемы информации о поведении пользователей. Анализ этих данных позволяет определять наиболее востребованные жанры, продолжительность фильмов, предпочтительные сюжетные линии и характеристики персонажей.

Данные о зрителях стали одним из важнейших ресурсов киноиндустрии наряду с финансовым капиталом. Использование аналитики больших данных позволяет снижать инвестиционные риски и более точно прогнозировать коммерческий успех будущих проектов.

В последние годы дополнительные возможности появились благодаря использованию искусственного интеллекта. Алгоритмы способны анализировать сценарии, прогнозировать потенциальную аудиторию и даже оценивать вероятность окупаемости фильма еще до начала съемок.

По данным исследования «The Digital Transformation of the Film Industry: How Artificial Intelligence is Changing the Seventh Art», алгоритмы искусственного интеллекта уже применяются для анализа сценариев, прогнозирования кассовых сборов и автоматизации отдельных этапов постпродакшна, что позволяет снижать производственные риски и издержки [7].

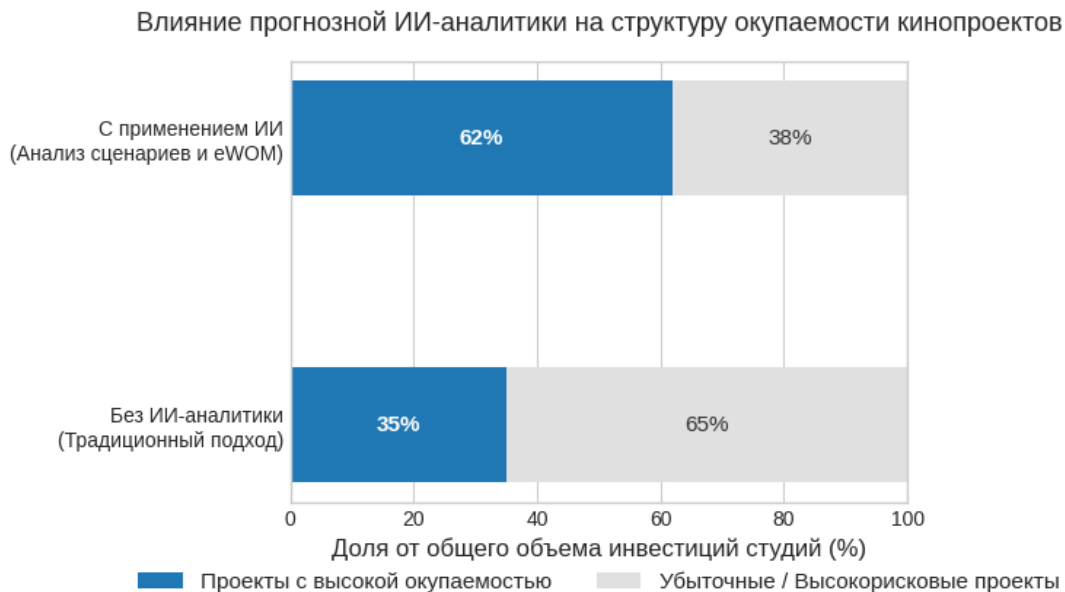


График 4

«Влияние прогнозной ИИ-аналитики на структуру окупаемости кинопроектов
(авторская визуализация по данным [7])»

Влияние цифровизации на количество и качество фильмов

Одним из наиболее заметных последствий цифровизации стало увеличение количества выпускаемого контента. Снижение стоимости цифрового оборудования, развитие компьютерной графики и появление стриминговых платформ существенно снизили барьеры входа в индустрию.

Исследование Hennig-Thurau и соавторов показывает, что цифровизация существенно снизила барьеры входа в киноиндустрию благодаря удешевлению съемочного оборудования и развитию цифровой дистрибуции контента [5].

По данным различных отраслевых исследований, ежегодное количество полнометражных фильмов в мире выросло более чем в два раза по сравнению с началом 2000-х годов. Особенно быстрый рост наблюдается в сегменте контента для стриминговых сервисов.

Однако влияние цифровизации на качество фильмов оценивается неоднозначно. С одной стороны, конкуренция стимулирует производителей создавать более качественный контент. С другой стороны, ориентация на алгоритмы рекомендаций и предпочтения массовой аудитории может приводить к стандартизации сюжетов и снижению творческих рисков.

При этом ряд исследователей отмечает, что широкое использование аналитики пользовательских предпочтений может приводить к стандартизации контента и

ориентации на уже проверенные коммерческие модели, что ограничивает творческие эксперименты [5, 7].

Студии все чаще используют аналитические модели для выбора сюжетных структур, которые статистически связаны с высокими кассовыми сборами. В результате коммерческие показатели начинают играть более важную роль, чем художественные эксперименты.

Доступность киноконтента

Еще одним важным следствием цифровизации стало повышение доступности кино для зрителей. Если в начале 2010-х годов основным способом просмотра фильмов оставались кинотеатры и телевидение, то сегодня большинство фильмов доступны через цифровые платформы практически сразу после выхода.

Пользовательские рейтинги и рекомендации также упростили поиск контента. Вместо просмотра рекламных материалов зрители могут ориентироваться на оценки миллионов пользователей. Это особенно важно для независимого кино, которое ранее испытывало сложности с привлечением аудитории.

Проблемы цифровизации

Несмотря на многочисленные преимущества, цифровизация создает ряд проблем. Одной из них является возможность искусственного завышения или занижения рейтингов через организованные кампании пользователей. Подобные явления неоднократно наблюдались на Rotten Tomatoes и IMDb.

Другой проблемой становится зависимость студий от алгоритмов и анализа данных. Стремление ориентироваться исключительно на предпочтения аудитории может ограничивать творческое разнообразие и снижать количество экспериментальных проектов.

Кроме того, избыток контента приводит к усилению конкуренции за внимание зрителей. Даже качественные фильмы могут остаться незамеченными из-за большого объема выпускаемой продукции.

Прогноз развития отрасли

В ближайшие годы влияние пользовательских отзывов на кинобизнес продолжит расти. Развитие искусственного интеллекта позволит студиям еще точнее прогнозировать реакцию аудитории на фильмы до их выхода в прокат.

Одновременно ожидается усиление роли социальных платформ и рекомендательных систем. Пользовательские рейтинги будут все активнее

интегрироваться в механизмы продвижения контента, а персонализированные рекомендации станут основным способом взаимодействия зрителей с киноиндустрией.

При этом сохранится необходимость баланса между аналитическим подходом и творческой составляющей кинопроизводства. Успех будущих проектов будет определяться не только данными и алгоритмами, но и способностью создавать оригинальный контент, способный вызывать эмоциональный отклик аудитории.

Заключение

Проведенный анализ показывает, что цифровизация существенно изменила механизмы функционирования кинобизнеса. Пользовательские отзывы превратились в один из ключевых факторов коммерческого успеха фильмов, оказывая непосредственное влияние на кассовые сборы и окупаемость проектов.

Одновременно цифровые технологии повысили доступность киноконтента, увеличили количество выпускаемых фильмов и позволили использовать данные о зрителях при принятии управленческих решений. Несмотря на существующие проблемы, дальнейшее развитие цифровых платформ и искусственного интеллекта будет способствовать дальнейшей трансформации киноиндустрии.

References

1. Hildebrand C., Schlager T., Häubl G. Consumer Reviews and Product Life Cycle: On the Temporal Dynamics of Electronic Word of Mouth on Movie Box Office // Journal of Business Research. 2023.
2. Duan W., Gu B., Whinston A. Do Online Reviews Matter? An Empirical Investigation of Panel Data // Decision Support Systems. 2008.
3. Chintagunta P., Gopinath S., Venkataraman S. The Effects of Online User Reviews on Movie Box Office Performance // Quantitative Marketing and Economics. 2010.
4. Liu Y. Word of Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue // Management Science. 2006.
5. Hennig-Thurau T., Ravid A., Sorenson O. The Economics of Filmed Entertainment in the Digital Era // Journal of Cultural Economics. 2021.
6. Bae S., Kim H. Electronic Word-of-Mouth, Box Office Revenue and Social Media // Electronic Commerce Research and Applications. 2017.
7. The Digital Transformation of the Film Industry: How Artificial Intelligence is Changing the Seventh Art // Telecommunications Policy. 2025.

UDC 94(47).073.

Krisanov M.N. Features of the decembrist consciousness from the point of view of modern historiography

Особенности декабристского сознания с точки зрения современной историографии

Krisanov Matvey Nikolaevich,

student of the Department of Russian History
at the Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Moscow

Supervisor: **Arslanov R.A.,**

Doctor of Historical Sciences, Professor, Department of Russian History,
Faculty of State Social Sciences, Peoples' Friendship University of Russia.

Крисанов Матвей Николаевич,
студент кафедры Истории России ФГСН РУДН им. Патриса Лумумбы, г. Москва

Научный руководитель:

Арсланов Р.А.,

д. и. н., профессор кафедры Истории России ФГСН РУДН.

Abstract. The article examines the process of formation of Decembrist consciousness in the light of the achievements of modern Decembrist studies. In the first part, the author highlights the main features of the Decembrists' worldview, such as a fascination with antiquity, the theatricalization of reality, the desire to communicate in circles, the desire for self-education, and the internal duality of views and actions. In the second part of the article, more attention is paid to the heterogeneity of the Decembrist movement. At the same time, the main emphasis is, firstly, on the difference in the political beliefs of different representatives of Decembrism and, secondly, on the actual division of the Decembrists into two different currents – "early" and "late". Based on this, the reasons for the failure of the Decembrist uprising are considered.

Keywords: the Decembrists, Decembrist studies, Decembrist consciousness, the Decembrist uprising.

Аннотация. В статье рассматривается процесс формирования декабристского сознания в свете достижений современного декабристоведения. В первой части автор выделяет основные особенности мировоззрения декабристов, такие как увлечение античностью, театрализация реальности, стремление к общению в кружках, стремление к самообразованию, внутренняя двойственность взглядов и действий. Во второй части статьи больше внимания уделяется неоднородности декабристского движения. При этом основной акцент делается, во-первых, на различии политических убеждений разных представителей декабризма и, во-вторых, на фактическом разделении декабристов на два различных течения – «ранних» и «поздних». На основании этого рассматриваются причины неудачи декабристского восстания.

Ключевые слова: декабристы, декабристоведение, декабристское сознание, восстание декабристов.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Современная историография проявляет большой интерес к условиям формирования декабристского сознания и специфике этого сознания. Мы рассмотрим сначала то, что было для декабристов общим, а затем перейдём к тому, что было в них различно.

Современные историографы заостряют внимание на том, что для декабристов в период детства и отрочества было характерно увлечение античностью, античными

героями. В своих воспоминаниях И. Д. Якушкин пишет, что он сам и его товарищи: «Плутарх, Тит Ливий, Цицерон, Тацит, были у каждого из нас почти настольными книгами» [8; 39]. То же самое Оленина В. А. вспоминала про Н. Муравьева [4; 20]. П. Г. Каховский тоже был «воспламенён героями древности» [8; 39]. Героические деяния древних стали духовной пищей молодых декабристов и давали им своего рода образцы поведения. Из этого положения вытекает ещё одна особенность декабристского сознания -- склонность к «театрализации действительности», «подтягивание повседневности к литературным образцам» [3; 215-217].

Личности декабристов формировались в условиях романтических веяний. Для них была вполне привычной и приемлемой мысль о роковом противостоянии личности и общества, о противопоставлении мира идеального и мира реального с неприятием последнего, о необходимости жертвы во благо чего бы то ни было [4; 20]. Ф.Ф. Вадковский вспоминал, что готов был поднять руку даже на собственную мать, если бы это потребовали интересы общества [4; 521]. При этом, как отмечает В. М. Бокова, романтический типаж зачастую подпитывался неуспехом в социальной реализации, карьерных неудачах [4; 522]. Личности романтического склада старались выглядеть в чужих и собственных глазах более значительными, чем они есть на самом деле. Не-романтикам это казалось шарлатанством. О декабристах преимущественно романтического мировоззрения речь пойдёт ниже.

Многие из декабристов почти не заботились о том, перед кем витийствуют -- перед единомышленниками или же идеологическими оппонентами [4; 333]. Эта черта, как подметил А. С. Пушкин, очень точно отображена в личности Чацкого. Это отражалось и на составе обществ. Так, вербуя новых членов в Союз Благоденствия, декабристы руководствовались в основном наличием у человека недовольства властью, а на то, с консервативной или же прогрессивной позиции это недовольство высказывается внимание не обращалось [4; 321].

Достаточно распространённым стал и «онегинский типаж», бретёр, денди. Романтические представления о личности вполне соответствовали той пропасти, которая выросла между поколением отцов и детей. Молодым людям приходилось жить в обществе, глубоко чуждом их образу мысли [4; 47]. Одиночество подталкивало их к составлению кружков и всякого рода обществ, где можно было бы увидеть единомышленника. В общества собирались для увеселений, в заграничных походах офицеров объединял быт. Было немало интеллектуальных кружков.

Для декабристов, как для людей, формировавшихся в атмосфере идей Просвещения, важно было образование, и поскольку учебные заведения того времени их духовных запросов не удовлетворяли, они получали образование самостоятельно. Самообразование чаще всего принимало форму кружка. Обучались военным, математическим, политическим наукам. Среди увлечений были также литература и

философия. Настольными книгами многих будущих декабристов были идеологи и мыслители эпохи просвещения [8; 40]. Теме влияния французских просветителей на взгляды декабристов посвящено большое исследование В. С. Парсамова [7]. В круг чтения декабристов также входили А. С. Пушкин, А. С. Грибоедов, А. Н. Радищев.

Политические воззрения декабристов складывались в пору всеобщего вольнодумства. М.И. Пущин вспоминал, будто бы ему случалось слышать разговоры о том, что один выстрел из пистолета в Петербурге положит конец монархиям в Европе. При вольности, если не сказать бесшабашности, таких высказываний надо отметить и степень их политизированности. В.Н. Каразин писал, что даже ученые общества в те годы нередко политизировались. И. М. Долгорукий в свою очередь замечал, что даже и женщины стали увлекаться политикой [4; 15].

Тяга ко всякого рода обществам, кружкам -- одна из важнейших особенностей декабристского времени. Зачастую кружки -- даже самого безобидного назначения -- принимали характер тайных обществ. В. М. Бокова насчитала около 160 разного рода тайных и публичных обществ, существовавших на территории России в первой четверти 19 века (и, конечно, речь здесь идёт исключительно о тех тайных обществах, «тайна» которых стала открыта публике). Несомненно, своё влияние здесь сыграло популярное в то время масонство (немалую часть тайных обществ составляли масонские ложи). В масоны шли от скуки, из желания завести связи или приобрести протекцию, ради общения, из любопытства или же с какой-то высокой нравственной целью. О. А. Пржецлавский писал о масонстве, что в атмосфере всеобщего застоя ложи были крайне привлекательными, представляли собой своего рода нейтральную территорию [4; 93]. Повальное увлечение масонством так или иначе сказывалось на характере всех других тайных организаций, которые могли копировать масонские ритуалы, повторять за ними организационную структуру, содержание уставов. Все декабристские общества в той или иной степени носили на себе отпечаток масонства.

В. М. Бокова отмечает некоторые особенности декабристского мышления. Как, например, преимущественно теоретическое восприятие мира. Так, Н. И. Тургенев писал: «Не вещи испортили французскую революцию, а люди, так, как они портят английскую свободу, а чрез то и общеевропейскую» [4; 26]. Иными словами, теория хороша, а люди её искажают. Такое же пристрастие к теоретизированию наблюдаем и у П. И. Пестеля, о котором М. С. Лунин однажды сказал: «вы хотите наперёд энциклопедию написать, а потом к революции приступить». В. М. Бокова отмечала ещё одну особенность декабристского мышления -- «неприятие многосмысленности». Как пример приводится случай, когда Н. М. Муравьёв, прочтя стихи К. Н. Батюшкова не мог понять, что значит «почти пагубная» и допрашивал его: «пагубная или нет, то же или не то же» [4; 27]. Нам хочется заметить, что в «неприятии многосмысленности» не обязательно видеть какую-то ограниченность ума декабриста, поскольку мы знаем, что Н. М. Муравьёв как автор

«Конституции» обязан был иметь строгий, ясный, юридический ум. А в юриспруденции между «республикой» и «почти республикой» разница принципиальная, и никакой «многозначности» никакой юридический документ содержать не может (по крайней мере, не должен).

Декабристы, как и подавляющее большинство людей того времени были религиозны. Среди них могли быть деисты, но атеистов как таковых не было. Можно вспомнить разве что Пестеля, который отказался исповедоваться перед казнью, но взойдя на эшафот всё же уверовал, или И. Д. Якушкина, который считал себя атеистом, но накануне Пасхи, уже будучи в тюремном заключении, захотел причаститься. В. М. Бокова на этом основании отказывает декабристам в звании «русских революционеров», поскольку «по-настоящему «пламенный революционер» (в России) -- всегда безбожник» [2].

Ещё одна важная особенность декабристского сознания -- его двойственность, выражающаяся в расхождении теоретических воззрений и практической деятельности. Очень показателен случай, связанный с К. Ф. Рылеевым, который, воспламенясь, витийствовал на тему свободы и равенства, но получил от сослуживцев заслуженную отповедь: «Любезный Кондратий Федорович, часто мы слышим от тебя о всеобщем равенстве... Покажи нам пример: начни сам чистить платье и сапоги своему Ефиму да беги к колодезю за водой!» [1]. Это же касалось и Н. М. Муравьёва, который, планируя по «Конституции» освободить крестьянство по всей России, однако, не спешил освобождать крестьян своих собственных и незадолго до восстания удалился в имение взимать недоимки. Показателен и ещё один случай: Н. И. Тургенев на одном из заседаний Союза Благоденствия предложил собравшимся отпустить крестьян на волю; все выразили полное согласие, но в итоге освобождать не стали. Сам Н. И. Тургенев отпустил своих дворовых, остальных перевел на оброк, хлопотал за освобождение крестьян по службе в госсовете. И. Д. Якушкин отпустил большинство дворовых; хотел отпустить и крестьян без земли, но те не согласились; открыл ланкастерскую школу; сократил поборы, уменьшил свою запашку. А. В. Семенов отпустил на волю 15 человек и половину дохода с имения давал на улучшение быта крестьян. П. П. Пассек завел ланкастерское училище и орган крестьянского самоуправления. Таким образом, на практике многие декабристы в полной мере удовлетворялись ролью «добротного барина». В общем говоря, со своим дворянским прошлым они не порвали и, как писал А. Н. Шегунин, декабристские программы, несмотря на весь свой пафос, в позитивном смысле не сильно отличались от тех преобразований, которые в своих обращениях и записках к Николаю Павловичу предлагали дворяне в начало его правления [4; 529]. Надо, однако, заметить ещё и то, что «добротных бар» было много и среди не-декабристов. А тех, кто воспользовался указом «О вольных хлебопашцах» среди не-декабристов было больше.

У декабристов, помимо всего прочего, были и черты свойственные дворянскому сословию вообще. Такие, например, как пренебрежение к физическому труду или службе: физические нагрузки и военная служба с её беспрекословным подчинением начальству задевали личное достоинство дворян (и в том числе декабристов), были для них унижительными. Светский человек того времени по определению был бездельником. Поэтому, кстати, в русской армии в мирное время царил такой беспорядок и разгильдяйство. Антипод русского дворянина на службе -- обрусевший немец. Немец требовал исполнительности, а дворяне не любили быть в подчинении -- отсюда вырастала германофобия в среде русского офицерства. «Союз спасения» изначально - союз спасения от немцев: общество было создано для противодействия немцам, находящимся на русской службе [4; 123].

Современная историография делает ещё одно важное открытие в отношении декабристского движения: В. М. Бокова пишет о том, что декабризм вообще нельзя рассматривать как однородное явление [2]. Это вызвано было, во-первых, неаккуратной вербовкой. Во-вторых, структурой обществ, при которой многие члены декабристских организаций, в особенности Союза Благоденствия, даже и не знали в чём заключается основная цель этой организации и шли туда либо просто со скуки, либо думая, что там масоны. Поэтому наряду, например, с М. С. Луниным в одном обществе могли уживаться Горсткий и Оленин. И это при том, что М. С. Лунин ещё в первой четверти XIX века сформулировал идею «долга перед народом», которая станет почти всеобщей уже во второй половине XIX века, поскольку считал, что дворяне обязаны «платить за выгоды, которые доставляют им совокупные усилия низших сословий» [4; 316]. А вот И. Н. Горсткий и Оленин были жестокими крепостниками. А. А. Тучков видел ребячество в деятельности декабристов [4; 492]. В одном обществе с республиканцем Пестелем мог сосуществовать Н. И. Кутузов, который видел идеал в «просвещённо-монархической модели», М. Ф. Орлов, который доказывал С. Муравьеву-Апостолу, что мечтать о введении в России конституции нельзя. Ф. Н. Глинки был полицейским информатором и считал, что нельзя «прекращать древнее течение вещей» [4; 320]. Бывшим декабристом был и всем известный Муравьев-палач, или, как его ещё называли, Муравьев-вешатель. Он сам позже, отрекшись от своих родичей-декабристов, скажет, что он «не из тех Муравьёвых, которых вешают, а из тех, что вешают».

Декабристы были неоднородны и по ещё одному критерию -- возрастному. В современной историографии закрепилось подразделение декабристов на «ранних» и «поздних» [8; 77]. Ранние прошли войну 12-го года и Заграничные походы. Поздние в войне и походах участия в большинстве своём уже не принимали. Грань между ранними и поздними проходит в 1820-22 гг. Декабристы ранние, дети 12-го года, постепенно отдаляются от дел, декабристы поздние выходят на авансцену. Происходит смена

лидеров (Рылеев вместо Н. М. Муравьева и С. П. Трубецкого; в Южном обществе Пестель смещается на второй план).

Как пишет В. М. Бокова, на первое место вышли люди чисто романтического типажа, совершенно не склонные к теоретическим дискуссиям о программе преобразований [4; 519]. На смену декабристам-теоретикам пришли декабристы-акторы - люди с пылким сердцем и притуплёнными когнитивными способностями. А. А. Бестужев сам говорил о себе, что он человек действия и чувства, а не человек мысли [4; 526]. Их основная задача была в том, чтобы, публично доведя себя до состояния патриотического исступления, заразить этим настроением как можно большее число людей, завербовать их, вдохновить. Бестужев-Рюмин говорил, что для приобретения свободы главное -- энтузиазм, т. к. он даже пигмея способен превратить в гиганта [4; 527]. Вербовка при этом зачастую осуществлялась насильно, путём «ловли на слове»: сначала жертву опьяняли патриотическими речами, брали с нее согласие на вступление в общество, а потом, когда рассудок к ней возвращался, требовали держать своё слово. Общество при этом постепенно расслаивалось на послушную массу и вождей.

Ранние декабристы чувствовали себя чужими на этом пиру, а потому один за другим стушёвывались -- у кого-то были дела в имении, у кого-то неотложные семейные вопросы. О. И. Киянская считает, что С. П. Трубецкой на площадь не явился по той же причине: чувствовал свою «чужеродность в среде «северных» декабристов». Он много воевал, был в чине гвардейского полковника, отдал заговору целых девять лет, тогда как «поздние» декабристы боевого опыта зачастую не имели, чин имели не выше обер-офицерского и в заговоре были всего несколько месяцев, если не дней [5; 276]. Есть ещё одно мнение, оправдывающее Трубецкого: Рылеев накануне восстания отказался от тактики «полк подымает полк», предложенной Трубецким, и князь, как опытный военный, понимал, к чему это приведет, и не решился быть диктатором обречённого восстания [6; 103]. Таким образом, кажется неправомерным говорить об измене Трубецкого: гораздо правильнее говорить об изменении декабризма как явления. А менялось всё. По словам А. П. Барятинского, даже сам Пестель стал отходить от общества как от «ребячества, которое может всех погубить» [6; 447]. В довершение стоит сказать: по подсчётам Лурье Л. Я. 14 декабря 1825 года среди восставших не было ни одного участника войны 12-го года и было лишь четверо, участвовавших в походах 1813-1815 гг. Та же ситуация возникла и при восстании Черниговского пехотного полка. Бунтовала молодёжь [4; 554].

Таким образом, современные декабристоведы склоняются к выводу, что декабризм невозможно описывать как единое и цельное явление. В составе этого декабристского движения были люди с различными политическими убеждениями, различного социального положения, разного возраста, которые и цели декабристских организаций понимали каждый по-своему. Декабристское сознание формировались

под влиянием античности, романтизма, идей Просвещения и масонства, причем для многих декабристов было характерно стремление к театрализации действительности и двойственность, выражавшаяся в расхождении взглядов и деятельности. Важную роль сыграло и то, как движение менялось со временем: после «ранних» декабристов, прошедших войну 1812 года, появились «поздние», которые уже меньше занимались разработкой программ и больше надеялись на эмоциональный подъём, расширение круга сторонников и активную подготовку восстания. Всё это привело к неудачному исходу восстания. Декабризм на сегодняшний день предстает как сложное и противоречивое явление, которое трудно объединить под ярлыком одного термина -- «декабрист».

References

1. Афанасьев В. В. Рылеев. – Москва : Молодая гвардия, 1982. – (Жизнь замечательных людей).
2. Бокова В. М. Декабристы и их время // Труды Государственного Исторического Музея. – Москва, 1995. – URL: <https://www.viaevrasia.com/bg/декабристы-и-их-время-бокова-вм.pdf> (дата обращения: 26.05.2003).
3. Бокова В. М. «Ликурговы законы» Павла Пестеля // Декабристы: Актуальные проблемы и новые подходы. – Москва : Российский государственный гуманитарный университет, 2008. – С. 215–217.
4. Бокова В. М. Эпоха тайных обществ. – Москва : Реалии-Пресс, 2003.
5. Киянская О. И. Декабристы. – Москва : Молодая гвардия, 2015. – (Жизнь замечательных людей).
6. Пантин И. К., Плимак Е. Г., Хорос В. Г. Революционная традиция в России: 1783–1883 гг. – Москва : Мысль, 1986.
7. Парсамов В. С. Декабристы и культурно-политические традиции Франции конца XVIII – начала XIX вв. : дис. ... докт. истор. наук. – Саратов, 1993.
8. Фёдоров В. А. Декабристы и их время. – Москва : Издательство МГУ, 1992.

UDC 659

Savitskaya V. Artificial Intelligence: Forecasts of Use in Creative Industries

Savitskaya Veronika

Ph.D., Associate Professor, Department of Brand-Communication
Saint Petersburg state University of industrial technologies and design

Abstract. *The article examines the transformation of the professional activities of a marketing communications specialist under the influence of artificial intelligence (AI) technologies. The utilitarian (analytics, automation, targeting) and creative (content generation, neurocopywriting, visualization) aspects of AI implementation are analyzed. The advantages (data processing speed, scalability, and reduction of routine workload) and disadvantages (risks of generating "hallucinations", loss of brand voice, and ethical issues) are identified. The article substantiates the need for collaboration between human and artificial intelligence, rather than their competition. It also proposes ways to regulate creative industries with the involvement of industry associations and the government.*

Keywords: *artificial intelligence, marketing communications, creative industries, neural networks, human-AI collaboration, and AI regulation.*

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

The current stage of media and communications development is characterized by an exponential increase in data volumes, acceleration of communication cycles, and complexity of consumer patterns. In this context, marketing communications professionals (advertising specialists, PR managers, and marketers) face the challenge of maintaining the quality of creative solutions while dealing with strict time and budget constraints and a competitive environment. Artificial intelligence technologies, particularly generative neural networks (GPT-4, Midjourney, DALL-E, and Sora), offer innovative solutions to this dilemma.

However, there is still an ambivalent attitude towards AI in the professional community, ranging from euphoria ("AI will replace copywriters and designers") to complete denial ("machines are incapable of true creativity"). The purpose of this article is to provide a balanced and scientifically grounded forecast of the use of AI in creative industries, emphasizing the importance of collaboration rather than replacement between human and artificial intelligence. The article also highlights the need for regulatory oversight from both the industry and the government.

Let's explore the main aspects related to the use of neural networks in creative industries and marketing communications:

1. The utilitarian (applied, instrumental) aspect of using AI is related to tasks that require processing large amounts of data, recognizing patterns, and automating routine processes. This is where neural networks demonstrate their greatest effectiveness. Traditional

campaign analytics required a specialist to manually collect data from multiple sources (CRM, web analytics, social media, and media mentions). AI systems (such as Brand24 and YouScan) process millions of messages in real-time, identifying sentiment, semantic clusters, and emerging trends. Marketers don't get "raw numbers," but ready-made insights: "In the 25-34 age segment, negativity is associated with issue X." AI-based predictive models allow you to predict the ROI of a campaign with an accuracy of up to 85-90% before it's launched.

Neural networks help professionals today with personalization of communications and audience segmentation. Deep learning (deep learning) gives the opportunity to build micro-segments of the audience by hundreds of parameters, including psychographics and contextual behavior.

AI also helps with the automation of routine communications. ChatGPT, Midjourney, and YandexGPT are tools that can save up to 80% of time on routine tasks. In Russia, according to Yandex.Research, 67% of marketers in the country already use AI tools at least once a week, and 23% use them daily [2]. Chatbots and voice assistants based on LLM (Large Language Models) handle initial customer inquiries, provide answers to common questions, and moderate comments. A specialist is freed up to work with complex, conflict-ridden, or non-standard cases. This is not a "dehumanization" of communication, but rather a reallocation of human resources to areas where empathy and creativity are critically needed. The time previously spent by the communicator on routine tasks can now be transformed into targeted emotional and human actions that AI cannot perform.

The most controversial area is the ability of AI to be creative, the creative aspect. Creativity in marketing communications refers to the creation of new, original, and relevant messages, images, scenarios, and concepts. We often hear the phrase that only humans can come up with something new that doesn't exist in nature, while a neural network merely aggregates previously collected information into predefined frameworks. However, this does not refer to high-level art or the generation of profound meanings and forms. However, understanding the specifics of developing the same advertising creatives and their almost immediate obsolescence, which leads to the creation of more and more new forms, we can conclude that neural networks can also help with quick and budget-friendly solutions.

Generative neural networks (Midjourney, Runway, Kling) allow you to create photorealistic images, video fragments, and 3D objects based on text descriptions. For advertisers and PR specialists, this means reducing the time it takes to create visuals from days to minutes, and allowing for instant A/B testing of different visual concepts. However, the key challenge is the loss of unique brand style and authorial touch if the neural network is used without proper control.

Neural networks can generate hundreds of title, slogan, post script, and article topic

ideas in seconds. It's important to understand that AI doesn't create from nothing; it recombines elements from the training set. However, this "divergent search" during the initial phase of the creative process is highly valuable. "Effective integration requires collaboration between AI developers and experts to ensure that the algorithmic results can be properly interpreted and verified. This emphasizes that epistemic autonomy in the AI era is not a personal trait, but a practice that relies on institutional support" [1].

Modern language models (Claude 3, Gemini 1.5) are capable of imitating the styles of specific authors, brands, and publications. They take into account storytelling structures (such as "hero's journey"), rhythm, metaphors, and rhetorical devices. However, final editing always requires human intervention, as AI lacks intentionality and understanding of deep context and corporate culture. The best practice is to use AI as a "literary servant" for drafting, which is then transformed into a final text by a professional. Accordingly, the value of true human labor (its creativity, criticality, and generation) will increase.

Let's summarize the strengths and weaknesses of implementing AI in marketing communications.

Достоинства:

1. Super-linear speed. Tasks that took three-person team two days to complete (trend analysis + 30 concept generation + 10 visual creation), the neural network completes in 2-3 hours.
2. Scalability. AI provides personalization of millions of messages without increasing the staff.
3. Reduced cognitive load. Automation of routine (reports, summaries, transcription, primary monitoring) allows a specialist to focus on strategic and emotional intelligence.
4. Democratization of creativity. Small companies and agencies gain access to tools previously available only to large players with large budgets.
5. Hyper-personalization of communication messages and advertising creatives. "Hyper-personalization is based on the integration of artificial intelligence, machine learning, and big data processing" [3].

Disadvantages and risks:

1. Neural network "hallucinations" - generation of factually incorrect but outwardly convincing information. For PR, this is fraught with public dissemination of false data and reputational losses.
2. Loss of a unique brand voice. If the entire industry uses the same models (for example, GPT-4), the content is unified, originality, irony, understatement disappear.
3. Ethical and legal risks. Copyright issues for generated content, the ability to create deepfakes, and the opacity of recommendation algorithms.

4. Deformation of professional skills. Excessive reliance on AI can lead to atrophy of young professionals' own creative thinking.

AI is not a competitor or a substitute for humans in the creative industries. It is a powerful tool that is comparable in historical significance to the invention of writing, the printing press, or digital photography. None of these tools has destroyed creativity; instead, they have transformed its forms and requirements for professionals. The current effective model is a critical collaboration, where humans set goals, formulate problems, define ethical and aesthetic frameworks, interpret contexts, make final decisions, and take responsibility.

AI performs rapid analysis of gigantic data sets, generates thousands of options (from which a human chooses), automates technical production stages, and tests hypotheses.

An experienced marketer, advertiser, PR specialist uses AI as an assistant, capable of “thinking about twenty options for a headline” in a fraction of a second. At the same time, strategic vision, a sense of brand, emotional intelligence and ethical reflection remain the prerogative of a human. In the next 5-7 years, the following scenarios can be predicted: the integration of AI into all stages of communication design, from the brief to post-campaign analysis, the emergence of a new role of “prompt engineer” or “neuro-creative director” as a full-time position, and the standardization of AI content quality metrics for creative industries.

However, technological development is outpacing the formation of a regulatory framework. The lack of regulation leads to three negative scenarios: 1) unfair competition (passing off AI content as human content, and hidden manipulation), 2) loss of audience trust in any media (the inability to distinguish between reality and simulation), and 3) devaluation of the creative profession.

Therefore, it is necessary to implement a three-tiered regulatory system:

1. Self-regulation by industry associations (RAMU, AKOS, RACO, AKAR) — development of codes for the use of AI in advertising and PR, including mandatory labeling of generated content, and standards for fact-checking.

2. State regulation — amendments to the laws “On Advertising”, “On the Media”, “On Personal Data” regarding liability for harm caused by AI communications, regulation of deepfakes, and licensing of generative models for mass distribution.

3. International cooperation: harmonization of norms within the BRICS and EAEU frameworks, taking into account national cultural characteristics.

The competition between humans and neural networks is a false dilemma. Collaboration is critical, where human intelligence provides goal-setting, context, and responsibility, while artificial intelligence provides speed, volume, and computational power. To realize this potential, the creative industries must work with governments and associations to establish ethical and legal frameworks. Only then can AI become a catalyst for a new renaissance in

marketing communications and advertising, rather than a threat.

References

1. Bagdasaryan N. G., Bodrina M. S. Artificial Intelligence and Higher Education: Post-Digital Contexts of Theory and Practice. Primo aspectu. 2026; 2 (66) : 7–26. DOI: 10.35211/2500-2635-2026-2-66-7-26.[https://www.vstu.ru/uploadiblok/files/primo-aspectu/N%20%20\(66\)%20-%202026.pdf](https://www.vstu.ru/uploadiblok/files/primo-aspectu/N%20%20(66)%20-%202026.pdf) (Date of application: 22.06.2026)
2. AI Content for Marketing: ChatGPT and Neural Networks in 2025 https://brainbox-marketing.ru/blog/ii-kontent-chatgpt-neyroseti-marketing/#blog_telegram_popup (Date of application: 22.06.2026)
3. Michailov B. A. Hyper-personalization in Digital Advertising: Integrating AI to Improve Segmentation and Dynamic Targeting // Problems and Challenges of Scientific and Technological Development in a Globalizing World: Collection of Scientific Papers Based on the Materials of the International Scientific and Practical Conference on December 13, 2023. Belgorod: Agency for Advanced Scientific Research (APNI), LLC2023. URL: <https://apni.ru/article/7832-giperpersonalizaciya-v-czifrovoj-reklame-integracziya-ii-dlya-uluchsheniya-segmentirovaniya-i-dinamicheskogo-targetirovaniya> (Date of application: 26.06.2026)

UDC 78.071.1

Vorobev V.A. A new type of chamber-vocal miniature in the works of S.I. Taneyev

Новый тип камерно-вокальной миниатюры в творчестве С.И. Танеева

Vorobev Vladimir Anatolyevich,

Associate Professor of Piano Performance, Concertmaster and Chamber Music, A.N. Kosygin
Russian State University (Maimonides Academy Institute), Moscow

Воробьев Владимир Анатольевич,
доцент кафедры фортепианного исполнительства, концертмейстерского мастерства и
камерной музыки, Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Институт
«Академия имени Маймонида»), г. Москва

Abstract. The article examines the features of S.I. Taneyev's chamber-vocal creativity in the context of its evolution, associated with the emergence of a new type of chamber-vocal miniature, called "poem for voice and piano." The author identifies the choice of poets on whose poems Taneyev composed his works and, in connection with this, the circle of artistic images of his chamber-vocal creativity, which culminated in three vocal cycles based on the words of J.P. Polonsky. The characteristic features of the vocal and piano parts of Taneyev's romances of the mature period are traced. As a result of the research, the tasks that performers face in the process of working on the composer's chamber-vocal works are revealed.

Keywords: S.I. Taneyev, romances based on the words of Ya.P. Polonsky, the circle of images of Taneyev's romances, the melody of the romances of Taneyev, Taneyev and Polonsky.

Аннотация. В статье рассматриваются особенности камерно-вокального творчества С.И. Танеева в контексте его эволюции, связанной с возникновением нового типа камерно-вокальной миниатюры, получившей название «стихотворение для голоса и фортепиано». Обозначен выбор поэтов, на стихи которых Танеев сочинял свои произведения и, в связи с этим, сформировавшийся круг художественных образов его камерно-вокального творчества, вершиной которого стали три вокальных цикла на слова Я.П. Полонского. Прослеживаются характерные черты вокальной и фортепианной партий танеевских романсов зрелого периода. В результате исследования выявлены задачи, возникающие перед исполнителями в процессе работы над камерно-вокальными произведениями композитора.

Ключевые слова: С.И. Танеев, романсы на слова Я.П. Полонского, круг образов танеевских романсов, мелодика романсов Танеева, Танеев и Полонский.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Камерно-вокальное творчество Сергея Ивановича Танеева занимает особое место в истории русской музыки конца XIX — начала XX века и представляет собой значительный и во многом недооценённый пласт отечественного вокального репертуара, требующий внимательного изучения как с музыковедческой, так и с исполнительской точки зрения.

Интерес к жанру романса сохранился у Танеева на протяжении всего его творческого пути. Первые сочинения в этом жанре относятся ещё к периоду обучения в консерватории, последнее датируется 1915 годом – годом смерти композитора. Всего Танеев создал 55 сольных камерно-вокальных сочинений и 15 ансамблей. Именно здесь

сформировался круг художественных образов, свойственных его творчеству в целом. Это и любовная лирика («Ноктюрн», «Поцелуй», «Последний разговор»), и картины природы («Ночь в горах Шотландии», «Ночь в Крыму»), и гражданская тематика («Менуэт», «Что мне она», «Узник»).

Безусловно, появление всевозможных кружков, музыкальных салонов, организованных любителями музыки, обеспечили большую популярность жанру романса. Многие композиторы, включая Танеева, оказались в русле тех тенденций. Композитор нередко сочинял романсы, ориентируясь на того или иного исполнителя. Среди певцов он обрел подлинных единомышленников – М.А. Дейша-Сионицкую, Н.Г. Райского, Н.И. Сперанского, Е.А. Лавровскую и др., исполнявших произведения Танеева на концертах существовавшего в то время «Кружка любителей русской музыки». Такой творческий союз оказался весьма плодотворным. Во многих черновиках, еще на первоначальном этапе работы можно видеть авторские обозначения того типа голоса, для которого задумывалось произведение, а иногда и фамилия конкретного исполнителя. Зачастую композитор сам обсуждал с певцами свои творческие намерения, о чем можно судить по сохранившейся переписке [2].

Выбор стихов также был обусловлен созвучными его творческой натуре авторами. Среди них А.А. Фет, Ф.И. Тютчев, Н.А. Некрасов, А.К. Толстой, П.Б. Шелли в переводе К.Д. Бальмонта. На их стихи написан сборник романсов, соч.17, среди которых «Островок», «В дымке-невидимке», «Бьется сердце беспокойное».

Особенно стоит отметить сотрудничество Танеева с Л.Л. Кобылинским, печатавшимся под псевдонимом Эллис. В соавторстве с ним написан сборник романсов, соч.26, куда вошли такие шедевры как «Рождение арфы», «Сталактиты», «Фонтаны», «Менуэт». Все тексты романсов этого цикла являются переводами самых разнообразных по содержанию и времени написания стихотворений. Обращение к поэзии Данте, Ницше, Метерлинка, Бодлера и других авторов тоже было отнюдь не случайным для Танеева. Он искал «своих» авторов и тщательно отбирал тексты [1].

Надо сказать, что выбор подобных поэтов был тоже весьма необычным для русского музыкального искусства того времени, но для Танеева важнее было найти созвучные его художественным и эстетическим принципам стихи. Будучи носителем традиций и во многом консерватором, Танеев был открыт всему новому. Общение с поэтами-символистами – К. Бальмонтом, Эллисом (Л. Кобылинским), В. Брюсовым, А. Белым подтолкнуло композитора найти новые пути в развитии камерно-вокального жанра. Можно сказать, что он первый из русских композиторов, обратившихся к символистской поэзии.

Начиная с 1908 года Танеев называет свои вокальные сочинения «стихотворения

для голоса и фортепиано», что было обусловлено переосмыслением композитором самого жанра романса в традиционном его понимании. Особое отношение к слову, к интонации, тесное взаимодействие вокальной и фортепианной партий сформировало новый тип камерно-вокальной миниатюры.

Три последних вокальных цикла романсов, соч. 32, 33, 34 Танеева написаны в 1910-1912 годах и относятся к позднему периоду его творчества. Они представляют собой итог творческих исканий композитора в камерно-вокальном жанре. Все они сочинены на слова замечательного русского поэта Якова Петровича Полонского, к поэзии которого Танеев уже обращался в связи с созданием хорового цикла «Двенадцать хоров а саррелла для смешанных голосов», соч. 27.

Поэзия Полонского стала идеальным материалом для Танеева, человека, обладающего высокой нравственностью и склонностью к философскому осмыслению бытия. В ней композитор находил сочетание искренности, психологической тонкости и особого «музыкального» ритма, который позволял создавать ему сложные вокально-фортепианные сочинения.

Центральной темой, объединившей двух мастеров, стали размышления о месте человека в мироздании, о вечности и чистоте человеческой души. Поэзия Полонского, часто называемая «поэзией полутонов», давала Танееву возможность уйти от бытовой романсовости к созданию масштабных философских полотен в камерном жанре.

Именно тексты Полонского помогли Танееву в поисках новой вокальной формы. Композитор отмечал, что стихи Якова Петровича обладают «внутренним мелодизмом», который не диктует простую мелодию, а требует равноправного диалога голоса и фортепиано. Это созвучие привело к созданию трех крупнейших вокальных циклов, которые стали вершиной камерно-вокального творчества композитора. В поэзии Полонского композитор нашёл для себя неиссякаемый источник вдохновения, что побудило его написать в общей сложности шестнадцать произведений на его тексты.

Л.З. Корабельникова в своей книге «Творчество С.И. Танеева» отмечает некоторые особенности творческого процесса композитора по сохранившимся эскизам его рукописей: «Танеев стремился к обобщенности в отношении поэтического текста, целостному характеру звучания музыки, поэтому он не мыслил сочинение вокальной мелодии в отрыве от фортепианного сопровождения. Иногда в его рукописях первыми встречаются наброски фортепианной партии, а потом уже вокальной» [3].

Танееву несвойственны мелодии ариозного типа, характерные для романсов XIX века. Его мелодика – инструментального характера, с большим количеством скачков, порой на широкие интервалы, органично вплетена в общее звучание фактуры и неразрывно связана с фортепианной партией единством музыкального и

художественного развития.

По справедливому утверждению В. Протопопова, «Танеев положил в основу своих принципов мелодического развития сочетание баховских приёмов с отмеченными особенностями русской народной мелодии, вернее, нашёл то общее, что существует между этими столь различными музыкально-стилистическими явлениями» [4].

Танеев придавал огромное значение фортепианной партии. Будучи сам прекрасным пианистом, он невероятно обогатил фактуру своих камерно-вокальных сочинений, приблизив её по своей изобразительности и многоплановости к сольным фортепианным произведениям, отсюда следуют и приемы развития, свойственные, скорее, его инструментальной музыке с насыщенным тональным планом и полифоническими элементами [5].

Взаимодействие вокалиста и пианиста представляет собой творческий союз музыкантов-единомышленников, объединяющих свои усилия и мастерство для создания художественно ценных интерпретаций. В случае с романсами Танеева, этот процесс должен происходить на всех уровнях подготовки сочинения к публичному исполнению – от первоначального знакомства с музыкальным материалом и выявлением особенностей фразировки, гармонии, формы, ритмической структуры до работы над смысловым и образным строем произведения.

Перед певцами зачастую остро стоит проблема интонирования. Сложные в этом отношении вокальные мелодии танеевских романсов содержат большое количество хроматизмов, скачки на широкие интервалы, энгармонические замены звуков, связанные с частыми тональными отклонениями. Встречаются и ритмические трудности, такие как пунктиры, синкопы, вступление на слабую долю такта.

Танеев очень скрупулёзно продумывал каждую деталь, связанную с выбором выразительных средств, наиболее точно передающих замысел стихотворений. Внимательное отношение исполнителей к штрихам, нюансам, осмыслению той или иной гармонии или ритмического рисунка в контексте музыки помогает им с выбором определённой тембральной окраски, что способствует раскрытию художественного образа сочинений.

Проблемы фразировки и агогики, напрямую зависящие от взаимодействия текста и музыки, становятся одним из ключевых факторов в формировании у обоих исполнителей общей художественной концепции, что способствует достижению ансамблевого единства.

Камерно-вокальное творчество Танеева до сих пор недостаточно широко представлено в учебном и концертном репертуаре вокалистов. При этом глубокое понимание замысла композитора, работа с поэтическим текстом и авторскими

указаниями может существенно обогатить интерпретацию и расширить художественные возможности певца. Изучение этих произведений способствует формированию у вокалиста навыков точной интонации и осознанного отношения к слову.

В этом году исполняется 170 лет со дня рождения С.И. Танеева. Хочется надеяться, что исполнители и педагоги начнут чаще обращаться к творчеству великого русского композитора и поспособствуют его дальнейшему продвижению на концертную эстраду.

References

1. Бернандт Г. С. И. Танеев: Монография. М.: Музгиз, 1950.- 378с.
2. Ганенко Н. Камерно-вокальное творчество С.И. Танеева: Опыт текстологического исследования: Автореф. дис. ... канд. искусствоведения. СПб., 2005.- 23 с.
3. Корабельникова Л. Творчество С. И. Танеева: Историко-стилистическое исследование. М.: Музыка, 1986.-296с.
4. Протопопов В. О тематизме и мелодике С. И. Танеева / Сов. музыка. 1940. №7.- С.49-60.
5. Савенко С. Сергей Иванович Танеев. М.: Музыка, 1984.-172с.

ECONOMICS AND MANAGEMENT

UDC 659.1

Abaev A.L., Vavreshuk M.S. The phenomenon of the blogosphere in the system of marketing communications of FMCG

Феномен блогосферы в системе маркетинговых коммуникаций FMCG

Abaev Alan Lazarevich,

Dean of the Faculty of Marketing and Advertising,
Russian State University for the Humanities, Moscow

Vavreshuk Maria Sergeevna,

Graduate Student, Russian State University for the Humanities, Moscow

Абаев Алан Лазаревич,
декан факультета маркетинга и рекламы,
Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва
Ваврешук Мария Сергеевна,
магистрант, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва

Abstract. The article is devoted to the study of the blogosphere phenomenon as a tool of marketing communications in the FMCG (Fast Moving Consumer Goods) sector. The paper examines modern approaches to integrating bloggers into the marketing strategies of FMCG brands, including the use of influencers as an independent sales channel. The metrics of blogger integration effectiveness are analyzed, including the new concept of "Share of Shelf in Content". Special attention is paid to the specifics of cooperation under the conditions of short product life cycles, as well as the role of micro- and nano-influencers as factors of authenticity and brand trust. Based on the analysis of practical cases and data from research agencies, the transition from promoting individual products to long-term partnerships with content creators is substantiated.

Keywords: blogosphere, FMCG, marketing communications, influencer marketing, blogger as a sales channel, performance metrics, Share of Shelf in Content, authenticity, micro-influencers, nano-influencers, audience trust, digital economy.

Аннотация. Статья посвящена исследованию феномена блогосферы как инструмента маркетинговых коммуникаций в сегменте товаров повседневного спроса (FMCG). В работе рассматриваются современные подходы к интеграции блогеров в маркетинговые стратегии FMCG-брендов, включая использование инфлюенсеров в качестве самостоятельного канала продаж. Анализируются метрики эффективности блогерских интеграций, в том числе новая концепция «доли полки в контенте» (Share of Shelf in Content). Отдельное внимание уделяется специфике сотрудничества в условиях короткого жизненного цикла товаров, а также роли микро- и наноинфлюенсеров как факторов аутентичности и доверия к бренду. На основе анализа практических кейсов и данных исследовательских агентств обосновывается переход от продвижения отдельных продуктов к долгосрочным партнёрствам с авторами контента.

Ключевые слова: блогосфера, товары повседневного спроса, маркетинговые коммуникации, инфлюенс-маркетинг, блогер как канал продаж, метрики эффективности, доля полки в контенте, аутентичность, микроинфлюенсеры, наноинфлюенсеры, доверие аудитории, цифровая экономика.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

В сегодняшних условиях непрерывного цифрового развития такие основополагающие каналы массовой коммуникации как радио, телевидение и наружная реклама, еще недавно являющиеся неотъемлемой частью продвижения большинства видов товаров и услуг, начинают уступать в борьбе за внимание потребителя. Экономическое общество диктует свои условия, превращая социальные сети, видеохостинги и, в свою очередь, личные блоги на этих платформах из средства самовыражения в один из ведущих элементов современных маркетинговых стратегий. Наиболее отчетливо влияние цифровизации прослеживается в отрасли FMCG (Fast Moving Consumer Goods), товаров повседневного спроса, где на фоне ожесточенной конкурентной борьбы между производителями требуется непрерывное взаимодействие бренда со своей аудиторией.

При этом количество пользователей на различных онлайн-платформах неуклонно продолжает расти. «Мобильным интернетом в России пользуются 105 млн человек в возрасте от 12 лет, что составляет 86% населения этой возрастной группы», отмечают в исследовательской компании Mediascope [6].

В совокупности с данными последних исследований, отмечающих высокую степень доверия к рекомендациям блогеров, это наглядно демонстрирует актуальность темы исследования.

Объектом исследования является блогосфера как часть современной системы массовых коммуникаций, а предметом – особенности блогов как медиаканала на рынке товаров повседневного спроса.

Цель работы – изучение феномена блогосферы как инструмента маркетинговых коммуникаций в FMCG-секторе и выявление особенностей сотрудничества брендов и инфлюенсеров.

Для достижения поставленной цели поставлен следующие задачи:

- 1) определить место и блогосферы в маркетинговых коммуникациях FMCG;
- 2) систематизировать метрики эффективности интеграций;
- 3) проанализировать особенности сотрудничества в условиях короткого жизненного цикла товаров;
- 4) оценить роль аутентичности и эффективность микро- и наноинфлюенсэров.

Под блогосферой в этой работе понимается децентрализованная, но при этом взаимосвязанная система интернет-платформ, объединяющая в себе одновременно создателей и потребителей аудиального и визуального контента. Сулейманов А. Г. отмечает в своей работе: «Блогосфера отличается от традиционных СМИ тем, что она способствует образованию многообразия мнений» [2]. Креаторы блогосферы выступают неким альтернативным источником информации, формируя у своей

аудитории определенное видение, что позволяет отлично вписывать блоги в рекламные кампании брендов. Чечулин А. В. и Бабенко В. А. пишут: «Блогосфера предлагает креативный контент, конкурируя за аудиторию, в то время как СМИ эволюционируют в гибриды с digital-элементами для сохранения авторитета» [3].

В сфере товаров повседневного спроса рекламная эффективность блогеров подтверждается возрастающей тенденцией принятий потребителем решений о покупке на основе рекомендаций других клиентов, а не прямых рекламных сообщений компаний. Таким образом, инфлюенсеры демонстрируют реальные сценарии использования товара, посредством платного или бесплатного UGC контента (User-Generated Content), нативной рекламы, повышая доверие целевой аудитории и создавая эмоциональную привязку к бренду.

Например, такие промышленные гиганты как PepsiCo, Nestle, Unilever также придерживаются стратегии интеграции своих продуктов в контент инфлюенсеров. Так, Pepsi создает свои собственные хештеги в соцсетях, используя опубликованные пользователями материалы в своих дальнейших рекламных кампаниях. Nestle активно делится в своих официальных аккаунтах рецептами, снятыми обычными пользователями, а Unilever использует видеохостинги как платформы для коллабораций с блогерами.

Получает развитие механизм social media commerce. Целевая аудитория видит в контенте блогера товар, переходит по ссылке или вводит артикул на маркетплейсе, создавая путь покупки исключительно внутри цифровой среды: от первичной коммуникации до приобретения. Таким образом, блогосферу больше нельзя определять только как информационный канал, она становится частью воронки брендов. Развивая мысль, можно сказать, что блогеры, креаторы и инфлюенсеры превращаются в самостоятельный розничный канал продаж благодаря таким механизмам как:

- персональные промокоды;
- партнерские ссылки;
- CPA-модели оплаты;
- маркетплейс-интеграции;
- собственные витрины товаров на онлайн-платформах.

Показательным является кейс бренда Lay's, который активно использует лидеров мнений для запуска новых вкусов продукции. В ходе рекламных кампаний блогеры не просто рассказывали о продукте, а стимулировали прямые продажи через уникальные механики участия и промокоды.

Еще более ярким примером выступает бренд энергетических напитков PRIME, популярность которого во многом была сформирована через аудитории блогеров Logan

Paul и KSI. В данном случае блогеры стали фактически частью системы дистрибуции бренда, под них была создана отдельная продуктовая линейка лимонадов и энергетиков.

Мы наблюдаем изменение устоявшейся системы продвижения: от СМИ, которые поддерживали контроль внимания через медиа, до блогеров, которые поддерживают контроль внимания через доверие. Фокус аудитории смещается к самим создателям контента.

Однако, совершенно естественно задаться вопросом: «Как оценить эффективность рекламного размещения у блогера?». Показатели, которые использует большинство брендов, такие как охваты, просмотры, вовлеченность, количество лайков и комментариев, не всегда полно отражают влияние на уровень продаж в случае FMCG-компаний. Поэтому в сфере товаров повседневного спроса всё большую популярность приобретает концепция «Share of Shelf in Content», что буквально переводится как «доля полки в контенте». Под данным показателем понимается доля внимания, которую бренд получает внутри контента блогера относительно конкурентов. Например, кулинарный блогер Дания, снимающая рецепты, регулярно в своих видео показывает, как пользуется сливочным маслом казахстанского бренда «Иртыш», создавая для него эффект долгосрочного присутствия даже без прямых рекламных интеграций.

Таким образом, для FMCG-ниши приобретают значение следующие показатели:

- частота появления бренда;
- визуальная заметность упаковки;
- время нахождения продукта в кадре.
- частота упоминаний;
- контекст использования;
- ассоциации, формируемые вокруг товара.

В рамках маркетинговой стратегии нового типа бренды измеряют рост узнаваемости бренда после рекламы (Brand Lift), долю упоминаний бренда в медиaprостранстве относительно конкурентов (Share of Voice (SOV)), рост поисковых запросов по бренду (Search Lift). Такой комплексный подход позволяет не только отследить реакцию пользователей на рекламу, но и оценить степень воздействия блогера на поведение целевой аудитории.

Еще одной особенностью рынка FMCG является короткий жизненный цикл многих продуктов. Для обслуживания современной социально-экономической модели требуется непрерывный выпуск лимитированных коллекций и сезонных линеек продукции, которые могут находиться в продаже всего несколько месяцев. Возникает парадокс: бренд заинтересован в долгосрочном сотрудничестве с блогером, а

конкретный продукт бренда существует ограниченное время. В качестве решения многие компании переходят от продвижения отдельных SKU (Stock Keeping Unit) к продвижению бренда в целом.

К примеру, Coca-Cola продвигает брендовые ценности, а не конкретную бутылку, Oreo строит коммуникацию вокруг эмоционального опыта потребления, а Red Bull создает вокруг своего продукта ореол определенного, экстремально-спортивного, образа жизни.

Подобная стратегия позволяет сохранять долгосрочные отношения с инфлюенсерами даже при постоянном обновлении товарного ассортимента.

Дополнительными инструментами в таком подходе выступают:

- амбассадорские программы;
- годовые контракты;
- пакетные интеграции;
- совместное создание контента с аккаунтов блогера и бренда.

Таким образом, креатор становится полноценной частью бренд-экосистемы, а не просто рекламной площадкой для отдельных продуктов.

Одной из тенденций в сфере маркетинговых кампаний FMCG является постепенный переход от сотрудничества с крупными селебрити к работе с микроинфлюенсерами (от 10 до 100 тыс. подписчиков) и наноинфлюенсерами (до 10 тыс. подписчиков). Как отмечает Автаева Н. А. в своей работе: «В России микро- и наноинфлюенсеры усиливают локальное влияние, формируя тренды в соцсетях с 83,8 млн активных авторов» [1]. Это объясняется стремлением производителей товаров массового спроса создать долгосрочную, основанную на доверии, привычку пользования у потребителей. И, именно блогеры с меньшим количеством подписчиков, несмотря на небольшие охваты, более успешно вовлекают аудиторию. Исследования показывают, что рекомендации микроинфлюенсеров воспринимаются как советы знакомых людей, а не как рекламные сообщения. Аналитическая компания Nielsen отмечает, что: «доверие к онлайн-отзывам незнакомцев выросло до 66%, что вдвое выше доверия к онлайн-видеорекламе (33%)» [7]. Характерным примером является стратегия бренда Dove, который активно сотрудничает с локальными блогерами из сферы бьюти-индустрии. Можно сделать закономерный вывод, что для сферы FMCG эффективность определяется не масштабом аудитории блогера, а качеством отношений между автором и подписчиками.

Подводя итог, блогосфера стала неотъемлемой частью системы маркетинговых коммуникаций FMCG-компаний. Современные блогеры выполняют функции не только медиапосредников, но и самостоятельных каналов продаж, оказывающих прямое

влияние на потребительское поведение.

Эффективность сотрудничества FMCG-брендов с инфлюенсерами определяется не столько показателями охвата и вовлеченности, сколько способностью формировать устойчивое присутствие бренда в информационном поле.

Следовательно, блогосфера сегодня меняет не только коммуникационные процессы FMCG-компаний, но и саму логику конкуренции на цифровом рынке. Скорость реакции бренда на изменения потребительского спроса становится стратегическим ресурсом, определяющим его конкурентоспособность в медиа среде.

References

1. Автаева Н. А. Публичная сфера в аспекте массовых коммуникаций // ЗНАК. 2021. Т. 5. № 2. С. 67–82.
2. Сулейманов А. Г. Блогосфера как новая среда коммуникации // Коммуникология. 2017. Т. 5. № 2. С. 100–112.
3. Чечулин А. В., Бабенко В. А. Блогосфера как специфическая среда цифровой коммуникации // Актуальные проблемы журналистики и коммуникаций. 2023. № 1. С. 12–25.
4. Федеральный закон РФ «О рекламе» № 38-ФЗ.
5. Chaffey, D. Digital Marketing [Text] / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick. – 8th ed. – London: Pearson, 2024. – 560 p.
6. Mediascope. Digital Audience Report [Электронный ресурс] / Mediascope. – 2025. – URL: <https://mediascope.net/news/2928545/> (дата обращения: 13.06.2026).
7. Nielsen. Trust in Advertising Study [Electronic resource] / Nielsen. – 2021. – URL: <https://dmn.ca/new-nielsen-study-reveals-who-trusts-what-in-advertising/> (дата обращения: 12.06.2026).

UDC 33

Boytush O.A. Insurance of export risks of the Russian Federation in conditions of geopolitical instability

Страхование экспортных рисков Российской Федерации
в условиях геополитической нестабильности

Boytush Oksana Aleksandrovna,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor, Department of Finance, Money
Circulation, and Credit, Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Бойтуш Оксана Александровна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита, Уральский
государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Abstract. *The article examines the state of the Russian Federation's export risk insurance system in the context of geopolitical instability in 2022-2025. It is established that, despite the unprecedented sanctions pressure and the withdrawal of leading Western reinsurers from the Russian market, the system has demonstrated institutional stability. The volume of exports supported by EXIAR reached 1.4 trillion rubles in January-November 2025, exceeding the previous year's figure by 17%. However, significant structural vulnerabilities were identified. EXIAR's tools focus primarily on traditional commercial risks, while political, currency and infrastructure risks have become of paramount importance. The principal problem remains the shortage of reinsurance capacity, which is only partially compensated by the RNPC. As recommendations, the author suggests the development of insurance products for non-standard political risks, the formation of interstate reinsurance pools with key trading partner countries, building up EXIAR capital and creating methods for assessing country risks independent of Western agencies.*

Keywords: export risk insurance, export credit, geopolitical instability, sanctions, EXIAR, Russian Export Center, political risk, commercial risk, state export support.

Аннотация. В статье исследуется состояние системы страхования экспортных рисков Российской Федерации в условиях геополитической нестабильности 2022–2025 годов. Установлено, что, несмотря на беспрецедентное санкционное давление и уход ведущих западных перестраховщиков с российского рынка, система продемонстрировала институциональную устойчивость. Объем поддержанного ЭКСАР экспорта достиг 1,4 трлн рублей за январь–ноябрь 2025 года, превысив показатель предыдущего года на 17%. Вместе с тем выявлены существенные структурные уязвимости. Инструментарий ЭКСАР ориентирован преимущественно на традиционные коммерческие риски, тогда как политические, валютные и инфраструктурные риски приобрели первостепенное значение. Принципиальной проблемой остаётся дефицит перестраховочной ёмкости, лишь частично компенсируемый РНПК. В качестве рекомендаций автором предложены разработка страховых продуктов для нестандартных политических рисков, формирование межгосударственных перестраховочных пулов со странами – ключевыми торговыми партнёрами, наращивание капитала ЭКСАР и создание независимых от западных агентств методик оценки страновых рисков.

Ключевые слова: страхование экспортных рисков, экспортный кредит, геополитическая нестабильность, санкции, ЭКСАР, Российский экспортный центр, политический риск, коммерческий риск, государственная поддержка экспорта.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение

Геополитическая архитектура, сложившаяся после февраля 2022 года, принципиально изменила условия осуществления внешнеэкономической деятельности

российскими компаниями. Введение беспрецедентных по масштабу западных санкций, отключение российских банков от системы SWIFT, блокировка корреспондентских счетов, закрытие европейских портов. Выход крупнейших международных перестраховщиков – Lloyd's of London, Munich Re, Swiss Re с российского рынка породили принципиально новую конфигурацию рисков для отечественных экспортёров. По сути, экспортное страхование оказалось в эпицентре сразу нескольких кризисов – разрыва глобальных цепочек поставок, переориентации торговых потоков и деградации привычных инструментов перестраховочной защиты [1].

Цель исследования – оценить текущее состояние и выявить ключевые проблемы системы страхования экспортных рисков РФ в условиях геополитической нестабильности.

Научная новизна состоит в комплексном анализе трансформации системы страхования экспортных рисков РФ в 2022–2025 гг. с выделением специфических рисков, возникших вследствие геополитической нестабильности, и обоснованием инструментальных мер реагирования.

Теоретическая значимость исследования заключается в авторской систематизации категорий экспортного риска применительно к санкционной модели ограничений.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования полученных автором выводов при разработке программ государственной поддержки экспорта и совершенствовании страховых продуктов ЭКСАР.

Материалы и методы исследования

Эмпирическая база исследования формировалась из нескольких источников.

Первую группу составляют официальные данные АО «ЭКСАР» и Российского экспортного центра, включая годовые отчёты, квартальные пресс-релизы и операционную статистику за период 2020–2025 гг.

Вторая группа – материалы Федеральной таможенной службы (ФТС России) об объёмах и структуре экспорта.

Третья группа – данные Банка России о состоянии страхового рынка, международных расчётах и валютных ограничениях.

Четвёртая группа – аналитические материалы международных организаций: Бернского союза экспортных кредитных агентств, ОЭСР, а также Unctad применительно к динамике мировой торговли в условиях санкций [7].

Методологически исследование опирается на несколько взаимодополняющих подходов: системный подход, структурно-функциональный анализ, статистический метод, сравнительно-институциональный метод. [8].

Результаты и обсуждение

По данным ФТС России, совокупный объём российского экспорта в 2024 году составил порядка 422 млрд долларов. При этом доля несырьевого неэнергетического экспорта – около 145 млрд долларов. На этом фоне объём поддержанного ЭКСАР экспорта, превысивший 1,4 трлн рублей (около 15,5 млрд долларов) за январь–ноябрь 2025 года, выглядит весомым, хотя и охватывает лишь около 10% несырьевого неэнергетического экспорта страны [9].

Структура экспортных рисков, актуализировавшихся после 2022 года, претерпела качественный сдвиг. Если прежде доминирующими были коммерческие риски (неплатёж иностранного покупателя, его несостоятельность), то сейчас на первый план вышли политические риски – запрет на перевод валюты, заморозка активов, введение новых ограничительных мер страной-покупателем или транзитной юрисдикцией. [5]

Помимо этого, резко возросла значимость валютного риска. Переход расчётов на национальные валюты и криптоинструменты сопровождается высокой волатильностью курсов и рисками конвертации. [6]

Особо отметим, что операционный (инфраструктурный) риск, связанный с закрытием портов, отказом судоходных компаний обслуживать российские грузы и сложностями страхования морских перевозок, стал самостоятельным структурным фактором уязвимости. [3]

Геополитическая нестабильность способствовала росту страховой активности, а не её сжатию. Это объяснимо. Так, в условиях повышенной неопределённости предприятия, прежде всего сегмента МСП, всё активнее прибегают к страховым инструментам как к механизму управления рисками. Тогда как в «тихие» годы многие предпочитали работать без страхования, полагаясь на устоявшиеся деловые связи. [4]

Между тем важно понимать структуру рисков, которые покрывает ЭКСАР, и то, как эта структура изменялась. Принципиально значимым является деление на коммерческие и политические риски: [12]

- первые связаны с неплатёжеспособностью или отказом от платежа иностранного контрагента;
- вторые связаны с действиями государственных органов иностранных стран, препятствующими исполнению контракта.

В портфеле 2022–2023 годов именно политические риски резко выросли в абсолютном и относительном выражении, что потребовало от ЭКСАР пересмотра методик оценки и тарификации.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика систем государственного экспортного страхования
(отдельные страны, 2024 г.)

Страна / Агентство / Год основания	Уставный капитал / ресурсная база	Охват экспорта страховым покрытием	Перестрахование
Россия (ЭКСАР) 2011.	>53 млрд руб.	~10% ННЭ	Преимущественно внутреннее (РНПК)
Китай (Sinosure). 2001.	>100 млрд юань.	~40% экспорта	Внутреннее + двусторонние соглашения
Индия (ECGC). 1957.	~1,5 млрд долл.	~8–10% экспорта	Смешанное
Германия (Euler Hermes / Allianz Trade). 1917.	Государственная гарантия	~25% экспорта	Международные перестраховщики
Турция (Turk Eximbank). 1987.	~5 млрд долл.	~15% экспорта	Международные + внутренние

Источник: составлено автором по данным Бернского союза экспортных кредитных агентств, ОЭСР, открытых отчётов агентств, 2024.

Из таблицы 1 следует, что Россия в части охвата экспорта страховым покрытием (~10% от несырьевого неэнергетического экспорта) пока заметно уступает ведущим игрокам. Прежде всего речь идет о Китае, который последовательно выстраивал систему Sinosure как инструмент геоэкономической экспансии.

Вместе с тем, учитывая относительно молодой возраст ЭКСАР (основан в 2011 году) и кардинально усложнившуюся среду, темпы роста страхового портфеля (+17% по итогам января–ноября 2025 года) выглядят весьма убедительно.

Отдельного внимания заслуживает проблема перестрахования. После 2022 года ведущие западные перестраховщики прекратили принимать российские риски, и ЭКСАР фактически перешёл на модель удержания рисков с опорой на Российскую национальную перестраховочную компанию (РНПК). Это, безусловно, повышает концентрацию риска внутри национальной системы и снижает её ёмкость. По оценкам, к 2026 году ЭКСАР может задействовать до 100 млрд рублей страховой ёмкости. Это ресурс, который поглотится достаточно быстро при дальнейшем наращивании экспортной активности в высокорискованных направлениях [10].

Существенной проблемой является и то, что нынешние страховые продукты ЭКСАР ориентированы преимущественно на стандартные торговые кредиты, тогда как новая реальность требует страхования таких специфических рисков, как: [2]

- блокировка корреспондентских счетов;
- введение вторичных санкций против страны-покупателя;
- технические сбои в расчётных цепочках при использовании альтернативных платёжных систем.

Именно в части разработки продуктов под нетипичные риски, как представляется, лежит главный резерв развития системы.

Таблица 2.

Матрица экспортных рисков российских компаний в условиях геополитической нестабильности (2022–2025 гг.)

Тип риска / Содержание	Интенсивность (до 2022 г.)	Интенсивность (2022–2025 гг.)	Покрытие ЭКСАР
Политический (суверенный). Действия гос. органов иностраных стран: запрет перевода валюты, конфискация, введение санкций.	Низкая	Критически высокая	Частичное
Коммерческий (кредитный). Неплатёж, несостоятельность иностранного покупателя.	Средняя	Высокая	Основное
Валютный. Волатильность курсов при расчётах в нац. валютах, риски конвертации.	Низкая	Высокая	Ограниченное
Операционный (инфраструктурный). Отказ перевозчиков, закрытие портов, разрыв логистических цепочек.	Низкая	Высокая	Ограниченное
Перестраховочный. Недоступность западных перестраховщиков, ограниченная ёмкость РНПК.	Низкая	Высокая	Не предусмотрено

Источник: составлено автором.

Таблица 2 наглядно демонстрирует, что именно те виды рисков, которые прежде считались маловероятными и потому слабо покрытыми, – политический, валютный, инфраструктурный – приобрели первостепенное значение. Это ставит перед ЭКСАР задачу методологического пересмотра страховых продуктов, актуарной базы и тарификации.

Принципиально важно, что традиционные методики оценки риска страны, опирающиеся на рейтинги западных агентств (Moody's, S&P), оказались нерелевантны для нынешней ситуации. Рейтинговые агентства либо вовсе прекратили оценку российских контрагентов, либо присваивают рейтинги, в которых доминирует политическая составляющая, а не реальное кредитное качество. [11]

Положительным сдвигом последних лет является переориентация географии экспортного страхования. По данным ЭКСАР, в 2024–2025 годах наиболее активный рост застрахованных поставок наблюдается в направлениях стран Азии (прежде всего Китай, Индия, Вьетнам, Индонезия), Ближнего Востока (ОАЭ, Иран, Турция) и Африки. Это соответствует общей стратегии «разворота на Восток» и диверсификации экспортных направлений.

Вместе с тем именно в работе с контрагентами из этих регионов российские экспортёры сталкиваются с недостаточной предсказуемостью правовых систем, слабостью корпоративного права и специфическими страновыми рисками, требующими адаптированных страховых решений. [8]

Выводы

Проведённое исследование позволяет сформулировать ряд принципиальных выводов. Для преодоления выявленных проблем представляется целесообразным, как минимум, реализовать следующие меры.

- разработать продуктовую линейку страхования нестандартных политических рисков (блокировка расчётов, вторичные санкции);
- создать межгосударственные перестраховочные пулы со странами – ключевыми торговыми партнёрами России (Китай, Индия, ОАЭ) как альтернативу западным перестраховочным мощностям;
- нарастить собственный капитал ЭКСАР и ёмкость РНПК с учётом прогнозируемого роста застрахованного портфеля;
- Четвёртое – не зависящие от западных рейтинговых агентств.

Реализация этих мер позволит существенно повысить степень защищённости российских экспортёров и обеспечить устойчивость внешнеэкономической деятельности в условиях продолжающейся геополитической турбулентности.

References

1. Аркадьев, В. А. Влияние санкций на страхование грузоперевозок в России / В. А. Аркадьев // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2023. – № 4. – С. 13-18.
2. Оборин, М. С. Глобальные торговые стратегии в условиях санкций / М. С. Оборин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2023. – № 3(71). – С. 37-43.
3. Бадраддинов, Р. Влияние экономических санкций на страховой рынок России как элемент финансовой системы / Р. Бадраддинов // Universum: экономика и юриспруденция. – 2025. – № 5-1(127). – С. 8-10.

4. Ахвледиани, Ю. Т. Влияние санкций на развитие рынка страховых услуг / Ю. Т. Ахвледиани // Страховое дело. – 2022. – № 9(354). – С. 3-7.
5. Туленты, Д. С. Влияние санкций на страховые продукты в Российской Федерации / Д. С. Туленты // Страховое дело. – 2023. – № 8(365). – С. 15-26.
6. Шкодинский, С. В. Совершенствование инструментария оценки рисков экономической безопасности в условиях макроэкономической нестабильности / С. В. Шкодинский, И. С. Никитина // Прикладные экономические исследования. – 2026. – № 2. – С. 19-28.
7. Бернский союз экспортных кредитных агентств. Annual Report 2024. – URL: <https://www.berneunion.org> (дата обращения: 10.06.2026).
8. Киселев, А. С. О влиянии санкций на рынок страхования Российской Федерации и возможности их преодоления / А. С. Киселев // Правовой альманах. – 2024. – № 8(39). – С. 54-57.
9. РЭЦ / ЭКСАР. Пресс-релиз: «ЭКСАР застраховало экспортные сделки на 1,4 трлн рублей за январь–ноябрь 2025 года». – URL: https://www.alt.ru/external_news/124519/ (дата обращения: 16.06.2026).
10. Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций. Официальный сайт. – URL: <https://www.exiar.ru> (дата обращения: 17.06.2026).
11. Артеменков, Г. Е. Влияние геополитического кризиса на страховой рынок России / Г. Е. Артеменков, С. М. Саввиди // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 4-1(79). – С. 181-184.
12. Савкин В. И., Солодовник А. И. Управление рисками организаций-экспортёров при осуществлении внешнеэкономической деятельности // КиберЛенинка. – 2022. – С. 60-71.

UDC 338.4

Eiriyan N.A., Pavlova Y.S. Optimizing the production structure of agricultural raw materials within the framework of ensuring Russia's food independence

Оптимизация структуры производства сельскохозяйственного сырья в системе обеспечения продовольственной независимости России

Eiriyan Nikolay Armenakovich,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Biotechnology and Engineering, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia

Pavlova Yana Sergeyevna,

Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor at the Department of Biotechnology and Food Products, Ural State Agrarian University, Yekaterinburg, Russia.

Эйриян Николай Арменакович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры биотехнологии и инжиниринга, Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия

Павлова Яна Сергеевна,

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры биотехнологии и пищевых продуктов, Уральский государственный аграрный университет, г. Екатеринбург, Россия

Abstract. This article examines the theoretical and applied foundations of optimizing the structure of agricultural raw material production as a key condition for ensuring Russia's food security. It is substantiated that achieving sustainability in the agrifood system depends not only on growth in total output but also on a rational balance between crop and livestock production, territorial specialization, resource availability, processing capacities, and mechanisms for coordinating agrifood chain participants. The article explores the essence of structural optimization as a process of aligning raw material production with domestic market needs, processing capabilities, export potential, and natural resource constraints. Particular attention is paid to the need to transition from a predominantly sectoral approach to integrated management of reproduction proportions in the agro-industrial complex. A framework for management decisions is proposed, including the diagnosis of structural imbalances, the development of regional specialization, the modernization of the resource base, the expansion of long-term cooperation between producers and processors, and the use of indicative planning. It is concluded that optimization of the structure of agricultural production should be considered as a permanent element of agricultural policy, aimed at reducing critical dependence on external supplies and strengthening the economic sustainability of rural areas.

Keywords: food independence, agricultural raw materials, production structure, agro-industrial complex, resource provision.

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и прикладные основы оптимизации структуры производства сельскохозяйственного сырья как ключевого условия обеспечения продовольственной независимости России. Обосновано, что достижение устойчивости агропродовольственной системы зависит не только от роста совокупного объема выпуска, но и от рационального соотношения отраслей растениеводства и животноводства, территориальной специализации, ресурсного обеспечения, перерабатывающих мощностей и механизмов координации участников агропродовольственных цепочек. Раскрывается содержание структурной оптимизации как процесса согласования производства сырья с потребностями внутреннего рынка, возможностями переработки, экспортным потенциалом и ограничениями природно-ресурсного характера. Особое внимание уделено необходимости перехода от преимущественно отраслевого подхода к комплексному управлению воспроизводственными пропорциями в агропромышленном комплексе. Предложен контур управленческих решений, включающий диагностику структурных диспропорций, развитие региональной специализации, модернизацию ресурсной базы, расширение долгосрочной кооперации производителей и переработчиков, а также применение индикативного планирования. Сделан вывод о том, что оптимизация структуры сельскохозяйственного производства должна рассматриваться как постоянный элемент аграрной политики, направленный на снижение критической зависимости от внешних поставок и укрепление экономической устойчивости сельских территорий.

Ключевые слова: продовольственная независимость, сельскохозяйственное сырьё, структура производства, агропромышленный комплекс, ресурсное обеспечение.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение

Проблема оптимизации структуры производства сельскохозяйственного сырья занимает значимое место в современной экономической литературе, посвящённой развитию агропромышленного комплекса и обеспечению продовольственной независимости. В исследовательском поле данная проблематика раскрывается через взаимосвязь производственных, ресурсных, территориальных, финансовых и институциональных факторов. При этом научные публикации демонстрируют постепенный переход от оценки валовых объёмов сельскохозяйственного выпуска к исследованию пропорций между отраслями, региональными специализациями, перерабатывающими звеньями и рынками реализации продукции. Такой подход представляется обоснованным, поскольку избыточное производство отдельных видов сырья не гарантирует устойчивости продовольственной системы при недостатке кормовой базы, мощностей хранения, переработки, логистики либо инвестиционных ресурсов.

А. С. Маренков рассматривает современное развитие агропромышленного комплекса России через призму изменений внешнеэкономических условий, государственной поддержки и адаптации сельскохозяйственных производителей к новым требованиям рынка [7]. Значимость данного подхода состоит в том, что структурные сдвиги в аграрной сфере не могут быть объяснены только динамикой урожайности или поголовья животных. Они формируются под воздействием ограничений на импорт технологий, изменения логистических маршрутов, колебаний себестоимости, доступности кредитования и трансформации потребительского спроса. Следовательно, оптимизация производства сельскохозяйственного сырья должна учитывать не только текущую конъюнктуру, но и способность отраслей противостоять внешним и внутренним рискам.

А. И. Алтухов подчёркивает, что приоритетное развитие сельского хозяйства является фундаментом продовольственной безопасности страны [1]. В данной позиции важна идея о необходимости системного государственного воздействия на воспроизводственные процессы в аграрной сфере. Производство сельскохозяйственного сырья не может развиваться исключительно на основе краткосрочных рыночных сигналов, поскольку инвестиционный цикл в

растениеводстве, животноводстве, садоводстве и переработке существенно различается. А. А. Самохвалова также обосновывает приоритетность сельского хозяйства, связывая его развитие с выполнением социально-экономических, территориальных и стратегических функций [12]. Совокупность этих подходов позволяет рассматривать аграрный сектор не только как поставщика продукции, но и как основу сохранения занятости, доходов и инфраструктурной устойчивости сельских территорий.

Значительный вклад в изучение ресурсных условий продовольственной независимости внесён А. П. Потаповым. В его исследованиях подчёркивается, что состояние продовольственной независимости определяется не только наличием конечной продукции, но и устойчивостью ресурсной базы аграрного производства [10]. Земельные ресурсы, семенной материал, техника, удобрения, корма, трудовые ресурсы и инвестиции выступают взаимосвязанными элементами единого воспроизводственного контура. В другой работе А. П. Потапов показывает, что структурные изменения в ресурсном потенциале способны как поддерживать, так и ограничивать устойчивое развитие сельскохозяйственного производства [9]. Это означает, что оптимизация отраслевой структуры должна сопровождаться синхронизацией производственных планов с фактическими возможностями ресурсного обеспечения.

Особое значение для рассматриваемой темы имеют исследования региональной структуры аграрного производства. О. В. Исаева в прогнозной модели развития агропромышленного комплекса юга России обосновывает необходимость учёта природно-климатической дифференциации, рыночной специализации и потенциала отдельных территорий [5]. Такая позиция важна для формирования рационального территориального размещения производства. Оптимальная структура не предполагает равномерного развития всех отраслей во всех субъектах страны, поскольку это способно привести к росту затрат и снижению эффективности. В более ранней работе О. В. Исаева анализирует механизмы управления аграрной структурой Ростовской области, демонстрируя значение регионального уровня в выборе приоритетов развития [4]. И. И. Прибыткова, исследуя трансформационные процессы в областях Центрального Черноземья, обращает внимание на изменение пропорций между хозяйствующими субъектами, отраслями и направлениями производства [11].

Вопросы государственного регулирования структурных преобразований отражены в работе Л. А. Головиной и О. В. Логачевой, посвящённой отраслевым изменениям в ходе реализации государственной программы развития сельского хозяйства [2]. Авторы показывают, что программно-целевой подход способен влиять на

производственные ориентиры, инвестиционную активность и распределение бюджетной поддержки между направлениями аграрного развития. Однако результативность государственной политики зависит от того, насколько её инструменты учитывают региональные различия и реальные потребности предприятий. И. М. Четвертаков, В. П. Четвертакова и А. М. Воробьева рассматривают состояние отраслей первой и третьей сфер агропромышленного комплекса, акцентируя взаимосвязь ресурсопроизводящих и перерабатывающих звеньев [14]. Их выводы особенно важны для понимания того, что производство сырья не может оцениваться в отрыве от его последующего движения по цепочке создания стоимости.

А. В. Лукомец исследует инструменты совершенствования ресурсного обеспечения растениеводства и указывает на необходимость повышения технологической и организационной обеспеченности сельскохозяйственных предприятий [6]. Для структурной оптимизации данный вывод имеет принципиальное значение: расширение посевных площадей или увеличение производства отдельных культур не даст устойчивого результата без соответствующего обеспечения техникой, удобрениями, средствами защиты растений, семенами и кадрами. А. В. Сарсадских и Н. А. Эйриян рассматривают вертикальную координацию в агропродовольственных цепях как способ повышения согласованности экономических интересов производителей, переработчиков и торговых структур [13]. Их позиция позволяет сделать вывод, что проблема структуры производства связана не только с распределением ресурсов между отраслями, но и с механизмами договорного взаимодействия между участниками рынка.

Финансовый аспект устойчивости агропромышленного комплекса затрагивается в исследовании О. И. Дудиной с соавторами, посвящённом влиянию расчётов в рублях на экономику страны и деятельность предприятий аграрной сферы [3]. Значение этой работы заключается в акценте на роли расчётной и финансовой инфраструктуры в обеспечении воспроизводственного процесса. Для производителей сельскохозяйственного сырья особенно важны предсказуемость ценовых условий, возможность долгосрочного финансирования, снижение транзакционных издержек и защищённость от внешних финансовых рисков. Недостаточная финансовая устойчивость хозяйств способна препятствовать не только расширению выпуска продукции, но и технологическому обновлению, необходимому для изменения структуры производства.

Е. С. Пожидаева связывает стратегические направления развития сельскохозяйственного производства с особенностями сельских территорий и необходимостью повышения их социально-экономической устойчивости [8]. Данный

подход расширяет содержание продовольственной независимости: она предполагает не только наличие достаточного объёма продовольствия, но и сохранение способности сельских территорий поддерживать воспроизводство трудовых, земельных и предпринимательских ресурсов. При сокращении числа хозяйствующих субъектов, деградации инфраструктуры и оттоке населения даже благоприятная производственная конъюнктура может оказаться краткосрочной.

Проведённый библиографический анализ показывает, что существующие исследования достаточно подробно раскрывают отдельные аспекты структурного развития агропромышленного комплекса: ресурсный потенциал, государственное регулирование, территориальную специализацию, производственную кооперацию, финансовые условия и устойчивость сельских территорий. Вместе с тем сохраняется потребность в комплексном подходе, объединяющем данные направления в единую систему оптимизации структуры производства сельскохозяйственного сырья. Такая система должна обеспечивать согласование отраслевых пропорций, региональных преимуществ, перерабатывающих возможностей и параметров внутреннего спроса. Именно эта взаимосвязь определяет способность аграрного сектора поддерживать продовольственную независимость в долгосрочной перспективе.

Результаты и обсуждение

Продовольственная независимость государства представляет собой способность национальной агропродовольственной системы устойчиво обеспечивать население основными видами продовольствия преимущественно за счёт внутреннего производства. Однако её достижение не сводится к механическому наращиванию объёмов выпуска сельскохозяйственной продукции. В условиях ограниченности земельных, трудовых, финансовых и технологических ресурсов решающее значение приобретает формирование рациональной структуры производства сырья. Под такой структурой следует понимать соотношение отраслей растениеводства и животноводства, видов производимой продукции, территорий размещения, форм хозяйствования, каналов переработки и направлений использования аграрных ресурсов.

Необходимость оптимизации обусловлена тем, что диспропорции в производстве сельскохозяйственного сырья способны снижать общую устойчивость агропромышленного комплекса. Избыточная концентрация на отдельных экспортно ориентированных культурах может сопровождаться дефицитом кормовых ресурсов, недостаточной обеспеченностью перерабатывающей промышленности, повышенной зависимостью от импортных семян, ветеринарных препаратов, оборудования или компонентов для производства кормов. Одновременно чрезмерная ориентация на

локальное самообеспечение без учёта природно-климатических преимуществ отдельных регионов способна привести к росту себестоимости и снижению конкурентоспособности отечественной продукции.

Оптимизация структуры производства предполагает поиск такого сочетания отраслей и территориальных специализаций, при котором достигается баланс между продовольственными потребностями населения, возможностями внутренней переработки, экспортными интересами, ресурсным потенциалом и задачами сохранения сельских территорий. В этой связи необходимо отказаться от универсального подхода, предполагающего одинаковые приоритеты для всех субъектов Российской Федерации. Каждый регион располагает собственным набором земельных, климатических, кадровых, инфраструктурных и инвестиционных возможностей. Поэтому эффективная аграрная политика должна сочетать общенациональные ориентиры продовольственной независимости с региональными программами специализации.

Первое направление оптимизации связано с формированием сбалансированных межотраслевых пропорций. Растениеводство и животноводство не должны развиваться как обособленные сегменты. Производство зерновых, зернобобовых, масличных, кормовых и технических культур должно быть увязано с потребностями животноводства, пищевой промышленности и внутреннего рынка. В частности, увеличение производства животноводческой продукции требует устойчивой кормовой базы, доступности белковых компонентов, развитой ветеринарной инфраструктуры и логистики. В то же время растениеводческое производство должно быть ориентировано не только на реализацию сырья, но и на формирование базы для глубокой переработки, производства комбикормов, пищевых ингредиентов и продукции с большей добавленной стоимостью.

Второе направление состоит в согласовании производства сельскохозяйственного сырья с возможностями его хранения, переработки и реализации. Наличие высокого урожая либо рост объёмов производства животноводческой продукции не всегда обеспечивают экономический эффект, если отсутствуют мощности по сушке, сортировке, охлаждению, переработке и транспортировке. В таких условиях часть потенциального дохода остаётся за пределами сельских территорий, поскольку сырьё реализуется без глубокой переработки или направляется на удалённые рынки. Следовательно, структурная оптимизация должна рассматривать сырьевое производство и перерабатывающий сектор как элементы единой агропродовольственной цепочки.

Третье направление связано с территориальной дифференциацией аграрной политики. Региональная специализация должна определяться не административными границами, а сравнительными преимуществами территорий. Для одних субъектов приоритетным может быть производство зерна, масличных и кормовых культур, для других – молочное животноводство, овощеводство защищённого грунта, садоводство, птицеводство, овцеводство или переработка сельскохозяйственного сырья. Вместе с тем региональная специализация не должна превращаться в чрезмерную монозависимость. Сохранение базовой диверсификации производства необходимо для снижения климатических, ценовых и эпизоотических рисков.

Четвёртое направление предполагает синхронизацию производственной структуры с ресурсным потенциалом. Земельные ресурсы, доступность воды, состояние почв, кадровая обеспеченность, уровень механизации, наличие селекционно-генетической базы и финансовая устойчивость предприятий должны учитываться до принятия решений о расширении отдельных направлений производства. Недостаток хотя бы одного элемента способен ограничить результативность вложений. Например, увеличение поголовья животных без обновления кормопроизводства и ветеринарного сопровождения формирует дополнительную нагрузку на хозяйства. Аналогично расширение производства технических культур при отсутствии перерабатывающей инфраструктуры не всегда приводит к укреплению продовольственной независимости.

Пятое направление оптимизации связано с развитием кооперационных и интеграционных механизмов. Малые и средние сельскохозяйственные производители часто обладают ограниченными возможностями для самостоятельного приобретения техники, строительства хранилищ, формирования устойчивых каналов сбыта и организации переработки. Развитие сельскохозяйственных кооперативов, контрактных отношений, производственных кластеров и вертикально интегрированных цепочек позволяет снизить транзакционные издержки и обеспечить более равномерное распределение экономического эффекта. При этом принципиально важно сохранять экономическую самостоятельность производителей, не допуская ситуации, при которой они становятся исключительно поставщиками дешёвого сырья для крупных перерабатывающих структур.

Шестое направление связано с совершенствованием механизмов государственного регулирования. В данной сфере требуется сочетание прямой финансовой поддержки, льготного кредитования, страхования рисков, развития инфраструктуры, регулирования земельных отношений и стимулирования глубокой переработки. Однако меры поддержки должны быть ориентированы не на формальное

увеличение количества получателей субсидий, а на достижение структурных результатов. К ним относятся расширение производства критически значимых видов сырья, сокращение технологической зависимости, развитие кормовой базы, повышение загрузки перерабатывающих мощностей и укрепление экономической устойчивости сельских территорий (таблица 1).

Таблица 1

Контур оптимизации структуры производства сельскохозяйственного сырья

Направление структурной оптимизации	Типичная диспропорция	Управленческое решение	Ожидаемый результат
Межотраслевой баланс	Несогласованность растениеводства и животноводства	Увязка производства кормовых культур, зерна и животноводческой продукции	Укрепление кормовой базы и снижение себестоимости
Территориальная специализация	Неэффективное размещение отдельных отраслей	Учёт природно-климатических и инфраструктурных преимуществ регионов	Рост производительности и снижение ресурсных потерь
Переработка сырья	Преобладание реализации продукции с низкой добавленной стоимостью	Развитие локальных мощностей хранения и переработки	Повышение доходности и загрузки агропродовольственных цепочек
Ресурсное обеспечение	Дефицит техники, семян, кадров или финансовых ресурсов	Синхронизация производственных планов с инвестиционными возможностями	Повышение устойчивости воспроизводственного процесса
Кооперация производителей	Разобщённость малых и средних хозяйств	Развитие кооперативов, долгосрочных контрактов и логистических объединений	Снижение издержек и расширение доступа к рынкам
Государственное регулирование	Поддержка без учёта структурных приоритетов	Применение индикативного планирования и адресных стимулов	Повышение продовольственной независимости

Представленный контур показывает, что структурная оптимизация не является разовой мерой, ограниченной перераспределением посевных площадей или изменением объёмов производства отдельных видов продукции. Она предполагает последовательную настройку всей агропродовольственной системы. Основной результат достигается при согласовании решений в сфере производства, переработки, логистики, финансового обеспечения и территориального развития. При этом особое значение имеет регулярная диагностика возникающих диспропорций. Если меры принимаются только после возникновения дефицита или резкого роста цен, управление приобретает реактивный характер. Напротив, использование прогнозных оценок

спроса, ресурсных возможностей и технологических ограничений позволяет заранее корректировать структуру производства. Это снижает вероятность дефицита критически значимых видов сырья, повышает инвестиционную предсказуемость и создаёт условия для устойчивого развития аграрных предприятий.

Важным инструментом структурной оптимизации должно стать индикативное планирование. Оно не предполагает жёсткого административного распределения производственных заданий между хозяйствующими субъектами. Его задача состоит в формировании понятной системы ориентиров, на основе которой производители, переработчики, банки, региональные органы власти и научные организации могут согласовывать свои решения. Такие ориентиры должны отражать потребность внутреннего рынка в основных видах продукции, уровень самообеспеченности критически значимыми ресурсами, возможности межрегионального обмена, состояние инфраструктуры и перспективы экспорта.

В системе индикативного планирования необходимо выделять группы сельскохозяйственного сырья, имеющие различное значение для продовольственной независимости. Первая группа включает продукцию, непосредственно влияющую на питание населения и устойчивость перерабатывающей промышленности. Вторая группа связана с обеспечением животноводства кормами и белковыми компонентами. Третья группа формирует экспортный потенциал и валютную выручку, но при этом не должна вытеснять стратегически важные направления внутреннего рынка. Четвёртая группа включает сырьё, необходимое для развития семеноводства, селекции, ветеринарии и производства средств аграрного назначения.

Отдельного внимания заслуживает проблема технологической независимости. Оптимизация структуры производства сырья не может ограничиваться выбором культур и видов животноводческой продукции. Она должна учитывать происхождение семенного материала, племенного поголовья, кормовых добавок, средств защиты растений, техники, программного обеспечения и сервисных услуг. Зависимость по данным направлениям способна существенно снизить устойчивость даже при высоком уровне валового выпуска. Поэтому государственная поддержка должна стимулировать развитие отечественной селекции, машиностроения, биотехнологий, аграрной науки и цифровых систем управления производством.

Не менее важна социальная составляющая оптимизации. Структурные изменения в сельском хозяйстве должны сопровождаться созданием устойчивых рабочих мест, развитием профессионального образования, формированием доступной инфраструктуры и повышением привлекательности сельских территорий для проживания и предпринимательской деятельности. Рост производительности при

одновременном сокращении экономической активности на селе не способен обеспечить долгосрочную устойчивость агропродовольственной системы. Поэтому оценка эффективности структурной политики должна включать не только показатели производства и финансового результата, но и параметры занятости, доходов населения, инвестиционной активности и сохранности сельской инфраструктуры.

Заключение

Оптимизация структуры производства сельскохозяйственного сырья представляет собой стратегическое направление обеспечения продовольственной независимости России. Её сущность заключается в формировании таких отраслевых, территориальных и технологических пропорций, которые позволяют агропромышленному комплексу устойчиво удовлетворять внутренние потребности страны, поддерживать перерабатывающую промышленность, снижать критическую зависимость от внешних поставок и обеспечивать развитие сельских территорий.

Главный методологический вывод состоит в том, что продовольственная независимость не должна оцениваться исключительно через наличие готовых продуктов питания на рынке. Более точным критерием является способность национальной экономики поддерживать непрерывное воспроизводство сельскохозяйственного сырья, перерабатывать его внутри страны, доставлять конечную продукцию потребителю и компенсировать возможные внешние ограничения за счёт внутренних ресурсов. Такая способность формируется на стыке аграрной политики, промышленной политики, финансового регулирования, научно-технологического развития и территориального управления.

Практическая реализация структурной оптимизации требует перехода к более согласованной системе принятия решений. Федеральные и региональные органы власти должны формировать долгосрочные ориентиры развития критически значимых отраслей. Сельскохозяйственные предприятия нуждаются в понятных условиях инвестирования, доступе к ресурсам и устойчивых каналах реализации продукции. Перерабатывающие организации заинтересованы в стабильном сырьевом обеспечении, а сельские территории – в создании рабочих мест и сохранении социальной инфраструктуры. Соединение этих интересов возможно через развитие кооперации, контрактного производства, региональных агропромышленных кластеров и механизмов индикативного планирования.

Перспективным направлением дальнейшего развития выступает создание системы регулярного мониторинга структурных диспропорций. Она должна фиксировать изменения в производстве, ресурсной обеспеченности, загрузке

перерабатывающих мощностей, состоянии логистики, доступности финансирования и уровне технологической зависимости. На основе таких данных возможно своевременно корректировать меры государственной поддержки и предотвращать формирование дефицитов до их перехода в кризисную фазу.

Таким образом, рациональная структура производства сельскохозяйственного сырья является не частным вопросом отраслевого управления, а основой долгосрочной устойчивости национальной экономики. Её оптимизация обеспечивает более высокую предсказуемость развития агропромышленного комплекса, повышает эффективность использования ресурсов и создаёт условия для укрепления продовольственной независимости России в изменяющихся внешних и внутренних условиях..

References

1. Алтухов, А. И. Приоритетное развитие сельского хозяйства - первооснова обеспечения продовольственной безопасности России / А. И. Алтухов // Вестник Российской академии наук. – 2025. – № 6. – С. 9-19. – DOI 10.7868/S3034520025060025. – EDN FAKYRQ.
2. Головина, Л. А. Отраслевые изменения в ходе реализации госпрограммы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия / Л. А. Головина, О. В. Логачева // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2025. – № 9(127). – С. 132-138. – DOI 10.33938/259-132. – EDN ZEWZTY.
3. Дудина, О. И. Влияние расчетов в рублях в агропромышленном комплексе на экономику страны / О. И. Дудина, Д. Х. Бухарова, Ш. А. Мусакаев, Д. С. Аджаматова // Фундаментальные исследования. – 2024. – № 1. – С. 14-19. – DOI 10.17513/fr.43550. – EDN JFHJNM.
4. Исаева, О. В. Аграрная структура Ростовской области: уровень развития и механизмы управления / О. В. Исаева // Аграрный вестник Урала. – 2021. – № 11(214). – С. 80-90. – DOI 10.32417/1997-4868-2021-214-11-80-90. – EDN NRDHTK.
5. Исаева, О. В. Прогнозная модель развития аграрной структуры агропромышленного комплекса юга России / О. В. Исаева // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2023. – № 103. – С. 45-51. – DOI 10.21515/1999-1703-103-45-51. – EDN MIZYUH.
6. Лукомец, А. В. Инструменты совершенствования ресурсного обеспечения растениеводства / А. В. Лукомец // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2023. – Т. 18, № 3(71). – С. 180-185. – DOI 10.12737/2073-0462-2023-181-185. – EDN LCYCMN.

7. Маренков, А. С. Состояние и тенденции развития агропромышленного комплекса России в современных условиях / А. С. Маренков // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2025. – № 1(119). – С. 100-110. – DOI 10.33938/251-100. – EDN MLPFZI.
8. Пожидаева, Е. С. Стратегические направления развития сельскохозяйственного производства на сельских территориях страны / Е. С. Пожидаева // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2025. – № 10-1(128). – С. 218-229. – DOI 10.33938/25101-218. – EDN XSTRON.
9. Потапов, А. П. Влияние структурных изменений в ресурсном потенциале на устойчивое развитие аграрного производства / А. П. Потапов // АПК: экономика, управление. – 2024. – № 5. – С. 61-67. – DOI 10.33305/245-61. – EDN KNMQOA.
10. Потапов, А. П. Оценка влияния ресурсных факторов устойчивого развития аграрного производства на состояние продовольственной независимости России / А. П. Потапов // АПК: экономика, управление. – 2023. – № 7. – С. 29-35. – DOI 10.33305/237-29. – EDN PGFXIE.
11. Прибыткова, И. И. Трансформационные процессы структуры аграрного производства областей ЦЧР / И. И. Прибыткова // Экономика сельского хозяйства России. – 2021. – № 4. – С. 51-54. – DOI 10.32651/214-51. – EDN WNXNUB.
12. Самохвалова, А. А. Обоснование приоритетности сельского хозяйства / А. А. Самохвалова // Экономика сельского хозяйства России. – 2022. – № 1. – С. 2-9. – DOI 10.32651/221-2. – EDN SEVLRB.
13. Сарсадских, А. В. Модель вертикальной координации в агропродовольственных цепях / А. В. Сарсадских, Н. А. Эйриян // Естественно-гуманитарные исследования. – 2025. – № 2(58). – С. 398-402. – EDN DIYQZK.
14. Четвертаков, И. М. Состояние и развитие отраслей I и III сфер АПК России / И. М. Четвертаков, В. П. Четвертакова, А. М. Воробьева // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2022. – Т. 15, № 2(73). – С. 126-136. – DOI 10.53914/issn2071-2243_2022_2_126. – EDN GHWOOF.

UDC 339.138:658.8:159.9

Matveeva A.I., Klementyev A.A., Bublik D.A. Marketing research into the impact of cognitive biases on consumer preferences in advertising campaigns of NPK LLC

Маркетинговое исследование влияния когнитивных искажений на потребительские предпочтения в рекламных кампаниях ООО «НПК»

Matveeva Alla Ivanovna

Doctor of Philosophy, Professor, Department of Creative Management and Humanities, Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Klementyev Alexander Aleksandrovich

Master's Student, Group OZM-BP-24, Institute of Master's Studies, Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Bublik Dmitry Aleksandrovich

Master's Student, Group OZM-BP-25, Institute of Master's Studies, Ural State University of Economics, Yekaterinburg

Матвеева Алла Ивановна

д.ф.н., профессор кафедры креативного управления и гуманитарных наук, Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург,

Клементьев Александр Александрович

Магистрант, гр.ОЗМ-БП-24, Институт магистратуры, Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Бублик Дмитрий Александрович,

Магистрант, гр.ОЗМ-БП-25, Институт магистратуры, Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

Abstract. *The study aims to identify how cognitive biases influence consumer preferences in the perception of advertising campaigns of NPK LLC and to develop practical recommendations for improving the company's marketing communications. The methodological framework includes a desk review of scientific literature on behavioral economics and marketing, a comparative analysis of industry studies on consumer behavior in Russia, and an applied interpretation of statistical data by ad formats, communication channels, age segments, and product categories. The findings show that 63% of Russian consumers take advertising into account when making purchase decisions, the figure reaches 73% among the 18-35 age group, 64% consider online advertising useful, 94% notice ads on digital platforms, and for 81% price remains the key decision factor. The analysis demonstrates that anchoring, halo effect, framing, confirmation bias, and availability effect have the strongest impact and manifest differently depending on channel, message format, and audience age profile. The study concludes that behavioral metrics should be incorporated into the evaluation system of NPK LLC's advertising campaigns alongside traditional reach and conversion indicators.*

Keywords: *cognitive biases, consumer preferences, advertising, marketing communications, behavioral marketing, digital advertising, anchoring effect, framing.*

Аннотация. *Цель исследования состоит в выявлении влияния когнитивных искажений на потребительские предпочтения при восприятии рекламных кампаний ООО «НПК» и разработке практических рекомендаций по повышению эффективности маркетинговых коммуникаций предприятия. Методическую основу составили кабинетный анализ научной литературы по поведенческой экономике и маркетингу, сравнительный анализ отраслевых исследований потребительского поведения в России, а также прикладная интерпретация статистических данных по рекламным форматам, каналам коммуникации, возрастным сегментам и товарным категориям. Установлено, что 63% российских потребителей учитывают рекламу при принятии решения о покупке, среди аудитории 18-35 лет этот показатель достигает 73%, 64% считают онлайн-рекламу полезной,*

94% замечают рекламу на цифровых площадках, а для 81% цена остается ключевым фактором выбора. Выявлено, что наибольший потенциал воздействия связан с эффектом якоря, эффектом ореола, фреймингом, подтверждающим предубеждением и эффектом доступности, которые по-разному проявляются в зависимости от канала, формата сообщения и возрастной структуры аудитории. Сделан вывод о необходимости включения поведенческих метрик в систему оценки рекламных кампаний ООО «НПК» наряду с традиционными показателями охвата и конверсии.

Ключевые слова: когнитивные искажения, потребительские предпочтения, реклама, маркетинговые коммуникации, поведенческий маркетинг, цифровая реклама, эффект якоря, фрейминг.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение

Изучение потребительского поведения в последние десятилетия все в большей степени выходит за рамки классической модели рационального выбора. Основы такого подхода были заложены Д. Канеманом и А. Тверски, показавшими, что решения в условиях неопределенности принимаются под влиянием эвристик и систематических отклонений от рациональности, включая эффект якоря, фрейминг и асимметричное восприятие потерь и выгод. Теория перспектив, предложенная Канеманом и Тверски, стала одним из фундаментальных оснований поведенческой экономики и впоследствии была широко интегрирована в маркетинговые исследования [10], [11].

В российской научной и прикладной литературе проблема когнитивных искажений в маркетинге рассматривается преимущественно в контексте нативной рекламы, цифровых коммуникаций и потребительского поведения на маркетплейсах и в социальных сетях. При этом значительная часть публикаций носит обзорный или концептуальный характер, тогда как прикладных исследований, привязанных к конкретному предприятию и использующих статистическую интерпретацию рекламного воздействия, заметно меньше [7].

Актуальность темы определяется тем, что реклама в России продолжает оказывать значимое влияние на выбор потребителей, особенно в цифровой среде. По данным РОМИР, 63% жителей России учитывают рекламу при принятии решения о покупке, а в группе 18-35 лет этот показатель достигает 73%. По другим данным, 64% россиян считают онлайн-рекламу полезной при выборе товаров и услуг, а 61% указывают на ее релевантность собственным интересам. На цифровых площадках 94% пользователей замечают рекламу, 80% относятся к ней положительно или нейтрально, 47% воспринимают ее как помощь в выборе товара, а для 81% ключевым критерием остается цена [6].

Цель исследования состоит в выявлении влияния когнитивных искажений на потребительские предпочтения при восприятии рекламных кампаний ООО «НПК» и в

разработке рекомендаций по совершенствованию маркетинговых коммуникаций предприятия. Для достижения цели поставлены следующие задачи: определить наиболее значимые когнитивные искажения для рекламных коммуникаций; оценить влияние форматов и каналов рекламы на решение о покупке; выявить возрастные и категориальные различия; интерпретировать статистические данные применительно к практике ООО «НПК»; сформулировать предложения для последующего эмпирического тестирования.

Научная новизна исследования заключается в том, что теоретические положения поведенческой экономики и маркетинга интерпретированы на уровне конкретного регионального предприятия – ООО «НПК» – через систему актуальных статистических данных о рекламном воздействии в России, а также через разработку прикладной модели оценки рекламных кампаний с учетом когнитивных искажений. Практическая значимость работы состоит в возможности использования полученных результатов для корректировки ценовой подачи, визуального содержания, каналовой структуры и формата рекламных сообщений предприятия [9].

Объекты и методы исследования

Объектом исследования выступают потребительские предпочтения, формирующиеся под воздействием рекламных кампаний ООО «НПК». Предметом исследования являются когнитивные искажения, влияющие на интерпретацию рекламного сообщения и выбор товара или бренда.

Методическая база исследования включает кабинетный анализ научных публикаций по поведенческой экономике, маркетингу и когнитивным искажениям, сравнительный анализ отраслевых статистических исследований, а также аналитическую интерпретацию полученных данных в контексте рекламной практики предприятия. В качестве источников статистических данных использованы открытые отраслевые обзоры и публикации, содержащие показатели по влиянию рекламы на покупательское поведение, значимости цифровых каналов, различиям по возрастным группам, форматам рекламы и товарным категориям [4].

В исследовании в качестве базовых когнитивных искажений выделены эффект якоря, эффект ореола, фрейминг, подтверждающее предубеждение и эффект доступности. Выбор этих искажений обусловлен их высокой релевантностью для интерпретации ценовой информации, оценки бренда, восприятия рекламных форматов и формирования повторного выбора.

Экспериментальная часть

Исследование выполнено как кабинетное с элементами прикладной аналитики, ориентированной на подготовку эмпирического этапа для ООО «НПК». В рамках работы

был проведен сравнительный анализ статистических данных по следующим блокам: общая значимость рекламы для потребителя, влияние рекламных форматов на решение о покупке, релевантность рекламных каналов, возрастные различия в восприятии рекламы, различия по товарным категориям, а также соответствие этих данных ключевым когнитивным искажениям.

На первом этапе были систематизированы показатели, характеризующие общую роль рекламы в потребительском поведении. На втором этапе проведено сопоставление силы воздействия отдельных рекламных форматов. На третьем этапе проанализированы каналы распространения рекламы, обеспечивающие наибольшую релевантность и близость к моменту принятия решения. На четвертом этапе были выделены возрастные различия и продуктовые категории, в которых воздействие рекламы выражено сильнее. На пятом этапе статистические данные были интерпретированы через поведенческую модель восприятия рекламных сообщений.

Сверх кабинетного анализа в работе предложена авторская прикладная схема диагностики рекламных кампаний ООО «НПК», предусматривающая последующую проверку следующих гипотез:

1. Ценовой якорь в рекламном сообщении повышает субъективную оценку выгоды предложения.
2. Видеоформаты усиливают эффект ореола по сравнению с текстовыми и баннерными форматами.
3. Молодая аудитория в большей степени подвержена фреймингу и визуальным триггерам, чем старшие возрастные группы.
4. Каналы e-commerce создают более сильный поведенческий эффект на поздних стадиях выбора, чем каналы фонового охвата.

Именно эта часть составляет собственный вклад автора, поскольку она переводит обобщенные статистические выводы в проектную модель анализа рекламной деятельности конкретного предприятия.

Результаты

Проведенный анализ показал (см Таблицу 1), что реклама продолжает оставаться значимым фактором потребительского выбора в России.

Таблица 1.

Влияние рекламы на поведение российских потребителей

Показатель	Значение
Доля россиян, учитывающих рекламу при покупке	63%
Доля респондентов 18-35 лет, учитывающих рекламу	73%
Доля россиян, считающих онлайн-рекламу полезной	64%
Доля респондентов, считающих интернет-рекламу релевантной	61%
Доля россиян, замечающих рекламу на цифровых площадках	94%
Доля респондентов с положительным или нейтральным отношением к рекламе на e-commerce-площадках	80%
Доля респондентов, воспринимающих рекламу как помощь в выборе	47%
Доля респондентов, для которых цена — главный фактор выбора	81%

Источник: составлено по данным отраслевых исследований [3].

Полученные данные позволяют утверждать, что реклама не является второстепенным элементом информационного фона, а включается в реальную логику выбора. Особенно важно сочетание высокой заметности рекламы и высокой значимости цены, поскольку именно здесь наиболее отчетливо проявляется эффект якоря: первоначально предъявленная цена или скидка становится опорной точкой для последующей оценки предложения.

Сравнение рекламных форматов показывает, что наиболее сильное влияние на покупательское решение оказывает видеореклама – 44%. Баннерная реклама влияет на 30% респондентов, реклама в мессенджерах – на 22%, email-рассылки и интеграции – на 11%, игровые элементы – на 9%, аудиореклама – на 7% [4].

Доминирование видеорекламы может быть объяснено более высокой способностью визуально насыщенного формата создавать цельный образ бренда, эмоционально окрашивать сообщение и усиливать эффект ореола. Баннерная реклама и реклама в мессенджерах, напротив, теснее связаны с эффектом доступности и повторяемости, поскольку их воздействие часто строится на множественных контактах с потребителем.

Анализ релевантности каналов показывает, что наиболее соответствующей своим потребностям аудитория считает рекламу на маркетплейсах и сайтах объявлений – 76%. Реклама в социальных сетях и поисковых системах совпадает с запросами 21% опрошенных, в мессенджерах – 20%, на видеоплатформах – 19%, в интернет-магазинах – 18% [6].

Высокая релевантность рекламы на маркетплейсах объясняется тем, что потребитель попадает в среду уже предметного выбора, где воздействие когнитивных искажений работает не на этапе формирования абстрактного интереса, а на этапе переключения между близкими альтернативами. Здесь особенно выражены ценовое

якорение и эффект доступности, когда чаще показанные позиции воспринимаются как более надежные и привычные.

Возрастные различия свидетельствуют о том, что молодая аудитория заметно более восприимчива к рекламе, чем старшие сегменты. Учитывают рекламу при покупке 73% респондентов в возрасте 18-35 лет и 53% респондентов старше 55 лет. При этом в группе 26-35 лет 61% опрошенных обращают внимание на рекламу и учитывают ее при выборе товара [4].

Эти различия позволяют предположить, что молодая аудитория более чувствительна к фреймингу, социальным сигналам и визуальным триггерам, тогда как старшие возрастные группы в большей степени ориентируются на доверие, понятность предложения и рациональную аргументацию [8].

По товарным категориям реклама наиболее заметно влияет на выбор одежды и обуви – 59%, бытовой техники – 53%, товаров для дома – 52%. По отдельным исследованиям интернет-реклама чаще всего влияет на покупку косметики и парфюмерии – 38%, товаров для дома и ремонта – 34%, повседневной одежды – 29%, электроники и гаджетов – 28% [3].

В таких категориях особенно велика роль эффекта ореола и фрейминга, поскольку визуальное сравнение, эмоциональная подача и контекст использования товара усиливают субъективную привлекательность предложения. В более рациональных категориях значимость получает не столько эмоциональная оболочка, сколько якорение цены и подтверждение уже сложившегося отношения к бренду [7].

Систематизация полученных данных позволяет выделить ключевые когнитивные искажения, наиболее значимые для рекламных кампаний ООО «НПК» (см. Таблицу 2).

Таблица 2.

Основные когнитивные искажения и их маркетинговое значение

Когнитивное искажение	Проявление в рекламе	Предполагаемый поведенческий эффект
Эффект якоря	Указание «старой» цены, сравнительная стоимость, демонстрация скидки	Усиление восприятия выгоды и повышение ценовой привлекательности
Эффект ореола	Перенос общего позитивного образа бренда на товар	Рост доверия и привлекательности предложения
Фрейминг	Подача информации через выигрыш или избегание потерь	Изменение субъективной оценки ценности предложения
Подтверждающее предубеждение	Подкрепление уже сложившегося мнения потребителя	Укрепление лояльности или устойчивости негативной установки
Эффект доступности	Частая повторяемость сообщения и узнаваемые элементы	Повышение вероятности воспоминания и повторного выбора

Источник: составлено авторами на основе анализа литературы и статистических данных.

Обсуждение результатов

Проведенный анализ позволяет сделать несколько выводов, принципиально важных для маркетинговой практики ООО «НПК». Во-первых, при высокой роли цены в структуре выбора предприятие должно особенно внимательно выстраивать логику ценовой подачи в рекламе. Сравнительные формулировки, акцент на абсолютной и относительной выгоде, корректное представление скидки и экономии способны существенно менять восприятие предложения за счет эффекта якоря [7].

Во-вторых, учитывая более сильное влияние видеорекламы и e-commerce-каналов, предприятиям, ориентированным на молодую и цифровую аудиторию, целесообразно усиливать визуальные форматы, сочетая их с эмоционально выстроенным, но информационно точным содержанием. Видео контент в данном случае работает не только как носитель информации, но и как механизм формирования ореола бренда и упрощения запоминания [2].

В-третьих, рекламные кампании следует оценивать не только по стандартным метрикам охвата, CTR и конверсии, но и по поведенческим индикаторам: уровню доверия, восприятию цены, запоминаемости, готовности сравнить предложение с альтернативами, вероятности повторного выбора. Такой подход переводит маркетинговый анализ из плоскости медиаэффективности в плоскость управляемого потребительского поведения [5].

Собственный вклад автора состоит в разработке прикладной модели интерпретации общерыночной статистики применительно к рекламной практике ООО «НПК» и в формировании набора гипотез для будущего эмпирического этапа исследования. В отличие от обзорных публикаций, работа ориентирована не только на теоретическое описание когнитивных искажений, но и на их операционализацию в виде конкретных показателей, которые могут быть проверены в компании через A/B-тестирование, опросы и анализ реакции разных сегментов аудитории [5].

Заключение

Проведенное исследование подтвердило, что реклама в современной российской экономике сохраняет высокую значимость как фактор потребительского выбора, особенно в цифровой среде и среди молодых возрастных групп. Статистические данные показывают, что рекламное воздействие усиливается в тех случаях, когда сообщение попадает в релевантный канал, использует визуально насыщенный формат и соотносится с ключевыми когнитивными механизмами восприятия цены, выгод и репутации бренда.

Для ООО «НПК» это означает необходимость перехода от оценки рекламы исключительно по количественным метрикам охвата к комплексному анализу

поведенческих эффектов. Наиболее перспективными направлениями выступают тестирование ценового якорения, анализ силы фрейминга, изучение ореола бренда в видеорекламе и оценка различий в восприятии рекламы по возрастным сегментам. Результаты работы могут быть использованы как теоретическая и методическая основа для следующего этапа – проведения собственного эмпирического исследования на базе предприятия.

References

1. Больше половины россиян совершают покупки по совету интернет-рекламы // Ecomhub. – 2025. – 24 июля. – Режим доступа: <https://ecomhub.ru/romir-internet-advertising-consumer-behavior-russia-2025-online-recommendations-age-differences/> (дата обращения: 06.07.2026).
2. Влияние когнитивных искажений на решения о покупке на маркетплейсах : выпускная квалификационная работа. – Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – 2025. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/edu/vkr/835579058> (дата обращения: 06.07.2026).
3. Исследование показало зависимость большинства россиян от онлайн рекламы // Газета.ru. – 2025. – 23 июля. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/tech/news/2025/07/24/26334548.shtml> (дата обращения: 06.07.2026).
4. Как реклама влияет на покупки россиян: свежие данные РОМИР за июнь 2025 года // Business-online. – 2025. – 14 июля. – Режим доступа: <https://business-online.su/news/analiz-vliyaniya-reklamy-na-potrebitelskoe-povedenie-romir-iyun-2025/> (дата обращения: 06.07.2026).
5. Когнитивные искажения потребительского поведения в цифровой среде // Полемика : науч. электрон. журн. – 2020. – № 3. – С. 45-56. – Режим доступа: <https://discussionj.ru/index.php/polemik/article/download/546/338/814> (дата обращения: 06.07.2026).
6. На какую рекламу обращают внимание россияне. Исследование РОМИР // SEOnews. – 2025. – 23 июля. – Режим доступа: <https://m.seonews.ru/events/na-kakuyu-reklamu-obrashchayut-vnimanie-rossiyane-issledovanie-romir/> (дата обращения: 06.07.2026).
7. Особенности использования когнитивных искажений в нативной рекламе // Информация и безопасность. – 2024. – Т. 27, № 3. – С. 441-448. – Режим доступа: <https://journals.rcsi.science/2454-0749/article/download/370301/343392> (дата обращения: 06.07.2026).

8. Почти половина россиян воспринимают рекламу как помощь в выборе товара // AdIndex. – 2026. – 15 апреля. – Режим доступа: <https://adindex.ru/news/researches/2026/04/16/344262.phtml> (дата обращения: 06.07.2026).
9. Рыжкова М. В., Дукарт С. А., Кашапова Э. Р. Влияние когнитивных искажений на эффективность рыночного взаимодействия // Известия Томского политехнического университета. – 2010. – Т. 317, № 6. – С. 12-17. – Режим доступа: <https://earchive.tpu.ru/handle/11683/3509> (дата обращения: 06.07.2026).
10. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. – New York : Farrar, Straus and Giroux, 2011. – 512 p.
11. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk // Econometrica. – 1979. – Vol. 47, No. 2. – P. 263-291.

UDC 658.8+331.1

Musukova A.A. Building trust as a factor in the value offer of a security company in the B2B segment

Формирование доверия как фактор ценностного предложения охранного предприятия
в B2B сегменте

Musukova Amina Alimovna

Master program «Marketing and digital communication»
St. Petersburg State University of Economics
Master program «Marketing and digital communication»
Scientific supervisor

Baikov Veniamin Germanovich

Мусукова Амина Алимовна
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Программа «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Научный руководитель
Байков Вениамин Германович

Abstract. The article explores the role of trust as a key factor in the value proposition of the B2B services market. Based on an empirical study (semi-structured expert interviews with security directors), the article identifies a gap between how a security company formulates its value proposition and how it is perceived by decision-makers. The study reveals that trust is not based on image attributes, but rather on the measurable results of security operations, transparency in control, and customization to the specific needs of the customer's business. Based on the results of the study, a modular C.A.S.T.A concept has been proposed and developed, in which the traditional value proposition of security services has been transformed into a comprehensive solution – a managed security system with a measurable economic effect.

Keywords: value proposition, trust, B2B marketing, security services, expert interviews.

Аннотация. В статье исследуется роль доверия как ключевого фактора ценностного предложения на рынке B2B услуг. На основе эмпирического исследования (полуструктурированные экспертные интервью с директорами по безопасности) выявлен разрыв между тем, как охранный предприятие формулирует ценностное предложение и тем, как его воспринимают ЛПР. Было установлено, что доверие формируется не через имиджевые атрибуты, а через измеримый результат работы охраны на объекте, прозрачность контроля и адаптацию под специфику бизнеса заказчика. По итогам исследования предложена и разработана модульная концепция C.A.S.T.A, в рамках которой традиционное ценностное предложение охранных услуг преобразовано в комплексное решение – управляемую систему безопасности с измеримым экономическим эффектом.

Ключевые слова: ценностное предложение, доверие, B2B-маркетинг, охранные услуги, экспертные интервью.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

ВВЕДЕНИЕ

Российский рынок охранных услуг насчитывает более 17 тысяч частных охранных организаций с совокупным объёмом свыше 120 миллиардов рублей, при этом 70% приходится на сегмент B2B [1]. Несмотря на масштаб отрасли, ценностные предложения большинства охранных компаний остаются типовыми: акцент делается на надёжности, опыте и профессионализме без адаптации под конкретные сегменты заказчиков. В результате рынок воспринимается как commoditized (ресурсный), где охранник на посту остаётся охранником на посту вне зависимости от поставщика. При этом требования клиентов растут, а решения о выборе охранного предприятия принимаются узким кругом лиц, среди которых: директора по безопасности, операционные директора, собственники бизнеса. Для этих ЛПР ключевым критерием выступает не цена, а доверие к партнёру, его способность понимать бизнес заказчика и обеспечивать измеримый результат [2].

В научной литературе доверие в контексте ценностного предложения охранных предприятий практически не исследовано. Существующие работы рассматривают B2B-маркетинг в обобщённом виде или на примере промышленного сектора [3, 4], однако специфика рынка безопасности, где услуга неотделима от риска и предполагает глубокую интеграцию в бизнес-процессы заказчика, остается малоизученной.

Цель статьи – выявить роль доверия в формировании ценностного предложения охранного предприятия и определить механизмы его построения на основе эмпирического исследования.

Теоретическая база исследования

Ценностное предложение в B2B представляет собой совокупность выгод и затрат, воспринимаемых клиентом [5]. Однако в сфере охранных услуг классическая формула «выгода минус затраты» почти не работает, так как основная ценность услуги в виде предотвращения потерь и не поддается прямому измерению эффекта до момента инцидента.

Модель пирамиды потребительской ценности Bain & Company для B2B-рынков выделяет четыре уровня: функциональный, эмоциональный, жизненный и социальный [6]. Для отрасли безопасности эта структура может применяться, так как базовые функциональные характеристики воспринимаются как минимум, а реальная дифференциация происходит на эмоциональном уровне через доверие к подрядчику.

По мнению Серикпаевой А.М., доверие в B2B выступает ключевым нематериальным активом бренда: клиенты, которые доверяют своему поставщику, значительно чаще готовы платить премиальную цену [7]. Васильева А.Л. дополняет эту

сторону, ссылаясь на то, что доверие формируется через согласованность всех коммуникаций компании, а не через отдельные рекламные сообщения [8].

Методологической основой исследования является шаблон ценностного предложения Остервальдера А. [9] и концепция «Продукт-услуга» (Product-Service System), предполагающая переход от продажи отдельных услуг к интегрированным решениям с измеримым результатом [10].

Методология исследования

Для выявления факторов доверия целевой аудитории было проведено качественное исследование, в рамках которого реализован двухсторонний подход к экспертным интервью. Они проведены с представителями внешней среды (ЛПР компаний заказчиков) и интервью с руководителем отдела продаж исследуемой компании.

Внешняя выборка включила шесть экспертов: практикующего советника по безопасности, двух директоров по безопасности строительных компаний, директора по безопасности сегмента ритейл, директора по безопасности сегмента логистика и директора по маркетингу крупного московского ЧОП. Внутреннее интервью проведено с руководителем отдела продаж ГК «Император».

Метод исследования – полуструктурированные интервью, результаты которых были обработаны при помощи категориального контент-анализа, сравнения факторов по отраслям и лексического анализа. Комбинация этих методов позволила выявить скрытые ожидания и расхождения в восприятии ценности между поставщиком и заказчиком.

Результаты исследования

В результате обработки интервью были выделены шесть ключевых категорий восприятия ценности: цена, качество охраны, технологичность услуг, гибкость предложения, сервис и опыт работы. При этом доверие не выделялось информантами как отдельный критерий, но пронизывало все остальные категории: эксперты говорили о доверии через требования к прозрачности, управляемости и готовности охранной компании стать частью команды заказчика.

Разрыв восприятия. Сравнительный анализ выявил системное расхождение приоритетов (таблица 1). Отдел продаж строит коммуникацию вокруг имиджа компании. Внешние эксперты ставят на первое место надёжность охраны, конкретные бизнес-результаты.

Таблица 1

Сравнение восприятия факторов ценностного предложения [Составлено автором]

Фактор	Внешние эксперты (ЛПР)	Отдел продаж
Цена	Ключевой критерий, но готовность платить за качество	Воспринимается как возражение
Технологии	Скептицизм; важен экономический эффект	Ядро предложения
Гибкость	Критически важна	Информируется стандартно
Имидж	Вторичен, важнее результат в виде снижения потерь	Ключевой аргумент
Сервис	Решающий фактор выбора	Поддерживающий аргумент

Отраслевой лексический анализ показал, что представители разных сегментов используют разный профессиональный язык, что подтверждает неэффективность универсального ценностного предложения. Обобщение результатов позволило выделить четыре механизма формирования доверия: измеримый результат – конкретные цифры предотвращённых потерь, прозрачность – система проверки собственных сотрудников, доступная заказчику, адаптация под сегмент бизнеса заказчика, партнерские отношения.

Выявленные механизмы доверия ставят практическую задачу: каким образом трансформировать традиционное предложение в систему, генерирующую доверие на каждом уровне пирамиды ценности?

Для решения выявленной проблемы группой компаний «Император» разработана концепция C.A.S.T.A (конструктор корпоративной безопасности). Это комплексное решение, где каждый сервис усиливает остальные, а клиент получает не набор разрозненных услуг, а интегрированную в его бизнес систему безопасности с измеримым экономическим результатом.

C.A.S.T.A формирует доверие через устройство самого продукта, все модули внутри конструктора совместимы друг с другом и подбираются под потребности, риски и запросы конкретного сегмента. Такой подход формирует развитие той самой культуры безопасности на объекте заказчика. Услуга больше не воспринимается как стандартная физическая охрана, теперь это встроенная часть бизнес-процесса заказчика.

Эффект от внедрения новой концепции подтвержден пилотным проектом с крупной розничной сетью. В рамках внедрения модуля СКГ (стандарты качества герметичности) сотрудники охраны на объектах получили расширенные должностные инструкции. Необходимо было ежедневно фиксировать инциденты и иные события через чек-листы CheckOffice и мониторить процессы совместно со службами заказчика.

За год работы уровень потерь снизился с 5,5% до 3% оборота (экономия более 300 млн рублей). Коэффициент рентабельности составил 530%. Это значит, что каждый вложенный рубль вернул клиенту 5,3 рубля. Когда заказчик видит такой результат от работы одного сервиса, доверие распространяется и на остальные сервисы. Клиент, потери которого снизились при помощи СКГ, с большей готовностью подключает следующий модуль, например, ОКО, который устраняет замечания работы охраны на 95%, затем аналитику и удаленный видеомониторинг. Так заказчик оказывается внутри единой системы продуктов группы компаний и получает комплексную безопасность от одного партнёра. Охранное предприятие перестаёт продавать «людей», теперь все сервисы группы компаний объединены в одно решение с понятным экономическим результатом. Это соответствует рекомендациям об адаптации ценностного предложения под ожидания клиента [12]. В итоге концепция поменяла статус охранного предприятия: подрядчика выбирают по цене, партнёра — по доверию.

Ограничения и направления дальнейших исследований

Проведенное исследование имеет ряд ограничений. В первую очередь выборка исследуемых экспертов составляет всего 6 экспертов, для статистической репрезентативности выборки необходимо опросить ЛПР из разных сегментов, а также учесть их роль в принятии решений. Например, у собственника бизнеса больше полномочий, чем у директора по безопасности. Более того, каждый заказчик имеет свой размер. У сетевых клиентов решения принимаются коллегиально, в отличие от малопостовых.

Перспективными направлениями для исследований по выбранной теме можно выделить количественный анализ механизмов доверия на репрезентативной выборке ЛПР из разных отраслей. Также проведение исследование эффективных точек продаж, факторов, влияющих на продление рабочего договора, цифровых каналов, которые играют роль при формировании доверия к бренду группы компании, предоставляющей услуги корпоративной безопасности.

References

1. РБК. Анализ рынка частных охранных услуг в России 2018–2022, прогноз 2023–2027 [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/research/44819/>
2. Трачук А.В., Линдер Н.В., Туаев В.О. Формирование ценностного предложения для клиентов // Стратегические решения и риск-менеджмент. — 2022. — Т. 13, №1. — С. 8–25.

3. Спиридонова Г.В., Мрочко В.Л. Цифровой маркетинг и специфика его применения в B2B-секторе // Экономические и социально-гуманитарные исследования. — 2024. — №1(41). — С. 93–103.
4. Alim El Hakim M.I., Rahmawati I.D. Development of B2B marketing strategy and SWOT analysis in supporting SDGs // IJEIRC. — 2025. — Vol. 2, No. 7. — P. 71–100.
5. Котлер Ф., Келлер К.Ф., Чернев А. Маркетинг менеджмент. 16-е изд. — СПб.: Питер, 2024. — 608 с.
6. Bain & Company. The B2B Elements of Value Pyramid [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dotorg.ru/blog/B2B-value-pyramid>
7. Серикпаева А.М. Особенности построения бренда в B2B-сегменте: доверие как конкурентное преимущество // Вестник науки. — 2025. — №5(86). — Т. 1. — С. 125–131.
8. Васильева А.Л. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций // Вестник науки. — 2025. — №5(86). — Т. 4. — С. 2316–2324.
9. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений. — М.: Альпина Паблишер, 2025. — 312 с.
10. Tukker A. Eight types of product-service system // Business Strategy and the Environment. — 2024. — Vol. 13, No. 4. — P. 246–260.
11. Davies A., Brady T., Hobday M. Charting a path toward integrated solutions // MIT Sloan Management Review. — 2006. — Vol. 47, No. 3. — P. 39–48.
12. Удальцова Н.Л. Проектирование ценностного предложения // Креативная экономика. — 2021. — Т. 15, №4. — С. 1427–1446.
13. Юлдашева О.У. и др. Методология измерения потребительской ценности // Вестник НИЦ корпоративного права. — 2020. — №3. — С. 198–206.
14. Malikov A.T. Effective marketing strategies for business development // IJHNS. — 2024. — Vol. 12-4(99). — P. 208–213.

UDC 33

Osipova O.V., Karpova A.S. Modern trends in business process management

Современные тенденции в управлении бизнес-процессами

Osipova Olga Valentinovna,

Associate Professor, Department of Entrepreneurship and Logistics, Gatchina State University; PhD in Agricultural Sciences, Associate Professor, Gatchina State University, Gatchina

Karpova Angelina Sergeevna,

Master's Student, Gatchina State University, Gatchina.

Осипова Ольга Валентиновна,
доцент кафедры предпринимательства и логистики Гатчинского государственного
университета, кандидат с-х наук, доцент,
Гатчинский государственный университет, г. Гатчина.

Карпова Ангелина Сергеевна,
магистрант, Гатчинский государственный университет, г. Гатчина.

Abstract. *This article examines the latest trends in BPM, including the integration of AI, intelligent automation, process analytics, and low-code platforms. The study demonstrates how organizations can leverage these trends to optimize workflows, improve decision-making, and drive innovation. The findings highlight the transformative potential of BPM in the digital age.*

Keywords: "business processes", "AI in BPM", "intelligent automation", "process analytics", "low-code platforms", and "hyperautomation".

Аннотация. В статье рассматриваются новейшие тенденции в области BPM, включая интеграцию ИИ, интеллектуальной автоматизации, анализа процессов и платформ с минимальным написанием кода. Исследование показывает, как организации могут использовать эти тенденции для оптимизации рабочих процессов, повышения эффективности принятия решений и стимулирования инноваций. Результаты исследования подчеркивают преобразующий потенциал BPM в цифровую эпоху.

Ключевые слова: «бизнес-процессы», «ИИ в BPM», «интеллектуальная автоматизация», «анализ процессов», «платформы с низким уровнем написания кода» и «гиперавтоматизация».

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Управление бизнес-процессами (BPM – Business Process Management) значительно эволюционировало за последние десятилетия благодаря развитию технологий, созданию искусственного интеллекта (ИИ) и растущему спросу на операционную эффективность. Управление бизнес-процессами давно является краеугольным камнем организационной эффективности, позволяя компаниям разрабатывать, выполнять, контролировать и оптимизировать свои процессы для достижения стратегических целей. BPM традиционно фокусировался на улучшении операционных рабочих процессов, снижении затрат и повышении удовлетворенности клиентов с помощью структурированных методологий и инструментов.

Однако стремительный технологический прогресс последних лет коренным образом изменил ландшафт BPM. Сегодня BPM больше не ограничивается ручным картированием процессов и постепенными улучшениями, он превратился в динамичную дисциплину, использующую передовые технологии, такие как искусственный интеллект, машинное обучение (ML), роботизированная автоматизация процессов (RPA) и интеллектуальный анализ процессов. Эти инновации переосмысливают подход организаций к управлению процессами, делая его более гибким, ориентированным на данные и адаптируемым к меняющимся бизнес-средам [3].

Пять ключевых тенденций, которые меняют ландшафт BPM: рабочие процессы на основе искусственного интеллекта, интеллектуальная автоматизация, анализ процессов, платформы с минимальным написанием кода и гиперавтоматизация.

Переломным моментом в BPM стала интеграция ИИ и интеллектуальной автоматизации. Искусственный интеллект позволил организациям автоматизировать сложные рабочие процессы, прогнозировать результаты и принимать решения на основе данных в режиме реального времени. Инструменты на базе ИИ, такие как предиктивная аналитика, обработка естественного языка (NLP) и машинное обучение, используются для анализа огромных объемов данных, выявления закономерностей и прогнозирования результатов. В финансовом секторе ИИ используется для автоматизации оценки кредитного риска, выявления мошенничества и управления инвестиционным портфелем. ИИ не только повышает операционную эффективность, но и сокращает количество человеческих ошибок и повышает точность. И в тоже время внедрение рабочих процессов на базе искусственного интеллекта также создало определенные сложности, такие как необходимость в высококачественных данных, риск алгоритмической предвзятости и необходимость повышения квалификации сотрудников. Вышеперечисленные сложности подчеркивают важность стратегического подхода к внедрению искусственного интеллекта, включая надежные системы управления данными и программы непрерывного обучения [2].

Интеллектуальная автоматизация, сочетающая роботизированную автоматизацию процессов (robotic process automation – RPA) с искусственным интеллектом, — ещё один ключевой тренд, определяющий будущее BPM. Хотя RPA эффективно автоматизирует задачи, основанные на правилах, интеллектуальная автоматизация расширяет эти возможности за счёт включения когнитивных функций, таких как понимание естественного языка и принятие решений. Это позволяет организациям автоматизировать более сложные процессы, связанные с неструктурированными данными и требующие суждений, подобных человеческим [2].

Анализ процессов (Process mining – PM) стал мощным инструментом для

получения информации об эффективности процессов, выявления узких мест и выявления неэффективности. Анализируя журналы событий и визуализируя потоки процессов и информации, организации могут добиться большей прозрачности и принимать обоснованные решения для оптимизации своей деятельности. Инструменты РМ используют алгоритмы для реконструкции моделей процессов, выявления отклонений и рекомендации по улучшению. Например, в производственном секторе РМ используется для оптимизации производственных процессов, сокращения времени простоя и более эффективного распределения ресурсов. Изучая данные с датчиков и оборудования, организации могут выявлять неэффективность и применять корректирующие меры в режиме реального времени. Однако внедрение РМ также сталкивается с рядом сложностей, таких как необходимость в точных и полных данных, сложность интерпретации моделей процессов и необходимость обучения сотрудников. Эти сложности подчеркивают важность культуры, основанной на данных, и необходимость взаимодействия между IT-отделом и операционными командами [4].

Еще одной важной тенденцией в BPM является распространение платформ с минимальным написанием кода, которые демократизируют управление процессами, позволяя нетехническим пользователям разрабатывать и внедрять рабочие процессы. Такие платформы предоставляют интуитивно понятные интерфейсы с функцией перетаскивания, упрощающие разработку приложений и автоматизацию бизнес-процессов, снижая зависимость от IT-отделов.

Данный переход к развитию, основанному на гражданском участии, ускоряет цифровую трансформацию, поскольку организации теперь могут быстрее реагировать на меняющиеся требования рынка и потребности клиентов. Кроме того, интеллектуальный анализ процессов стал мощным инструментом для получения информации об эффективности процессов, выявления узких мест и выявления неэффективных процессов. Настоящая тенденция способствует развитию внутреннего потенциала, позволяя сотрудникам различных отделов создавать и внедрять решения для решения конкретных бизнес-задач. Например, в розничной торговле low-code платформы используются для разработки программ лояльности клиентов, систем управления запасами и приложений электронной коммерции. Предоставляя сотрудникам возможность брать на себя ответственность за инициативы по улучшению процессов, организации могут ускорить цифровую трансформацию и быстрее реагировать на меняющиеся требования рынка [2].

Гиперавтоматизация – включает в себя взаимодействие нескольких технологий одновременно (например, ИИ, RPA и РМ), становится целостным подходом к оптимизации процессов. Интегрируя эти технологии, организации могут добиться

сквозной автоматизации сложных процессов – от сбора данных до принятия решений. Например, в секторе логистики гиперавтоматизация используется для оптимизации операций цепочки поставок – от обработки заказов до отслеживания доставки. Объединяя RPA для ввода данных, ИИ для прогнозирования спроса и РМ для анализа производительности, организации могут добиться большей эффективности и прозрачности.

Вместе с тем стремление внедрять несколько технологий одновременно может привести к ряду сложностей в работе организации, таких как: сложность интеграции множества технологий, необходимость постоянного мониторинга и риск чрезмерной зависимости от автоматизации. Выявленные проблемы подчеркивают важность стратегического подхода к гиперавтоматизации, включая надежные системы управления и регулярные оценки эффективности [5].

Будущее BPM определяется технологическим прогрессом, который позволяет организациям оптимизировать рабочие процессы, повышать качество принятия решений и стимулировать инновации. Интеграция искусственного интеллекта, интеллектуальной автоматизации, анализа процессов и платформ с минимальным использованием кода меняет подход компаний к управлению процессами, открывая новые возможности для повышения эффективности и гибкости. При этом для успешного внедрения этих тенденций требуется стратегический подход, включающий инвестиции в технологии, повышение квалификации сотрудников и акцент на управлении изменениями. По мере развития BPM организациям необходимо учитывать вышеперечисленные тенденции, чтобы оставаться конкурентоспособными в цифровую эпоху.

References

1. Митин, В. В. Тенденции процессного управления бизнес-моделью современной организации // ЕГИ. 2024. №6 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-protsssnogo-upravleniya-biznes-modelyu-sovremennoy-organizatsii> (дата обращения: 25.05.26).
2. Глухова, Т. В., Данилова, П. А. Современные тенденции развития систем управления бизнес-процессами // Оrapёв-Online. 2019. №7 (128). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-sistem-upravleniya-biznes-protsssamii> (дата обращения: 25.05.26).
3. Дадаева, Б. Ш., Османова, А. М. BPM-система как инструмент управления бизнеспроцессами компании // Журнал прикладных исследований. 2022. №11. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/bpm-sistema-kak-instrument-upravleniya-biznesprotsessami-kompanii> (дата обращения: 25.05.26).

4. Морозевич, Е. С., Панфилов, И. А. Process Mining как инструмент совершенствования бизнес-процессов // Решетневские чтения. 2017. №21-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/process-mining-kak-instrument-sovershenstvovaniya-biznes-protsessov> (дата обращения: 25.05.26).

5. Морозов, Сергей Геннадьевич Анализ возможностей гиперавтоматизации для повышения качества продукции и услуг // Известия ТулГУ. Технические науки. 2023. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vozmozhnostey-giperavtomatizatsii-dlya-povysheniya-kachestva-produktsii-i-uslug> (дата обращения: 25.05.26).

6. Нигай Евгения Антоновна ЦИФРОВИЗАЦИЯ ИЛИ ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ: ВЫБОР НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА // ЭТАП. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-ili-tsifrovaya-transformatsiya-vybor-napravleniya-razvitiya-biznesa> (дата обращения: 25.05.26).

7. Горгуль, Г. Цифровая трансформация: эволюция всей бизнес-среды // РБК Компании 2025 URL: <https://companies.rbc.ru/news/YrTI9Y1Ezv/tsifrovaya-transformatsiya-evolyutsiya-vsej-biznes-sredyi/?ysclid=mq0nwci8pu668888205> (дата обращения: 25.05.26).

8. Кургаева, Ж.Ю. Цифровизация государственного управления и гражданского участия: индикаторы оценки уровня развития, вызовы и перспективы // Вестник Евразийской науки 2025, Том 17, № 2 URL: <https://esj.today/PDF/46ECVN225.pdf?ysclid=mq0nx6m3ze567440892> (дата обращения: 25.05.26).

EDUCATION AND PEDAGOGY

UDC 338.001.36

Abboud H.Y., Lapshina E.N., Zakharova S.G. Managing interaction: the impact of cultural exchange on attracting foreign students to Russian universities

Управление взаимодействием: влияние культурного обмена на привлечение иностранных студентов в ВУЗы России

Abboud Hassan Youssef

graduate student of Management and Public Administration Nizhny Novgorod state University
named after N.I. Lobachevsky
Nizhny Novgorod, Russia

Lapshina Ekaterina Nikolaevna

Director of the Business Incubator,
National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Zakharova S. G.

Ph.D., Associate Professor of Management and Public Administration Nizhny Novgorod state
University named after N.I. Lobachevsky
Nizhny Novgorod, Russia
Аббуд Хасан Юсеф

аспирант кафедры менеджмента и государственного управления Национальный
исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Лапшина Екатерина Николаевна

Директор бизнес-инкубатора, Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Захарова Светлана Германовна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и государственного управления Национальный
исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Abstract. *The purpose of this study is to examine the impact of cultural exchange on the formation of sustainable educational ties. To achieve this goal, the following tasks must be accomplished: analyze the dynamics of foreign students' enrollment in Russian universities, investigate the regional features of attracting international students, identify the main motivational factors for choosing Russian education, and develop recommendations for improving the system of cultural interaction. Keywords:*

Keywords: *fields of study, foreign students, education export, cultural exchange, and interaction management.*

Аннотация. *Цель данного исследования изучить влияние культурного обмена на формирование устойчивых образовательных связей. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: проанализировать динамику поступления иностранных студентов в российские вузы, исследовать региональные особенности привлечения международных обучающихся, выявить основные мотивационные факторы выбора российского образования и разработать рекомендации по совершенствованию системы культурного взаимодействия.*

Ключевые слова: *направления подготовки, иностранные студенты, экспорт образования, культурный обмен, управление взаимодействием.*

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение.

В условиях современной глобализации вопросы межкультурного взаимодействия приобретают особое значение, поскольку именно культурный диалог становится основой для формирования устойчивых международных связей. Образовательная мобильность студентов представляет собой один из наиболее динамично развивающихся механизмов такого взаимодействия, создавая уникальные возможности для обмена знаниями, традициями и ценностями между различными народами.

Российская Федерация исторически занимает значимое место в системе международного образования, что обусловлено как богатым культурным наследием, так и высоким уровнем развития высшего образования. Традиции привлечения иностранных студентов в отечественные вузы имеют глубокие корни, восходя к советскому периоду, когда образовательные программы для студентов из развивающихся стран рассматривались как важный элемент внешней политики.

Современный этап развития международного образования в России характеризуется стремлением к диверсификации подходов к привлечению иностранных студентов, где культурный фактор играет все более заметную роль. Это требует комплексного анализа механизмов культурного обмена и их влияния на мотивацию студентов при выборе российских образовательных учреждений.

Методологическую основу исследования составляют социологические методы анализа, включающие статистический анализ данных, анкетирование и интервьюирование иностранных студентов, а также сравнительный анализ международного опыта в сфере образовательной дипломатии.

Исследование эмпирического материала показывает выраженную тенденцию к росту количества иностранных студентов в российских вузах (табл.1).

Таблица 1.

Динамика численности иностранных студентов в России (2019-2024 гг.)

Год	Численность (тыс. чел.)	Темп прироста (%)	Примечания
2019	298*	-	Базовый период
2020	315	5,7	Влияние пандемии COVID-19
2021	324	2,9	Замедление роста
2022	351	8,3	Восстановление динамики
2023	355	1,1	Достижение рекордных показателей
2024	389	9,6	Максимальный рост за период

Наблюдается неравномерность темпов прироста с выраженным замедлением в 2020-2021 годах, что объясняется воздействием пандемии COVID-19 на международную мобильность студентов. Последующий период характеризуется интенсивным восстановлением и превышением допандемийных показателей.

Анализ географического распределения иностранных студентов выявляет доминирование представителей стран ближнего зарубежья, составляющих примерно 64% от общего контингента, при этом доля студентов из стран дальнего зарубежья демонстрирует устойчивый рост, достигнув к 2024 году 36%.

Таблица 2.

Ведущие страны-поставщики студентов в РФ (2024 г.) [7]

Страна	Численность (тыс. чел.)	Доля от общего числа (%)
Казахстан	61,0	15,7
Узбекистан	48,7	12,5
Китай	40,0	10,3
Туркменистан	30,6	7,9
Таджикистан	23,1	5,9
Индия	18,5	4,8

Страна	Численность (тыс. чел.)	Доля от общего числа (%)
Египет	12,4	3,2
Беларусь	10,2	2,6
Иран	9,2	2,4
Кыргызстан	8,6	2,2

Особо следует отметить динамичный рост числа студентов из Ирана, показавших увеличение на 42% только за 2023-2024 годы, что составило 9210 человек к концу анализируемого периода [14].

Структурный анализ специальностей, выбираемых иностранными студентами, демонстрирует традиционное лидерство медицинских направлений, на которые приходится 76 тысяч обучающихся. Это обусловлено высоким качеством российского медицинского образования и существенной потребностью в медицинских кадрах в странах происхождения студентов.

Таблица 3.

Распределение иностранных студентов по направлениям подготовки (2024 г.)

Направление подготовки	Численность (тыс. чел.)	Доля (%)
Медицина	76,0	19,5
Инженерия и технологии	75,0	19,3
Экономика и управление	60,0	15,4
Педагогические науки	31,0	8,0
Информатика и ВТ	27,2	7,0
Политология и регионоведение	19,5	5,0
Языкознание и литературоведение	19,5	5,0
Сельское хозяйство	11,0	2,8
Прочие	69,8	18,0

Анализ форм обучения показывает преобладание очной формы, что соответствует международным стандартам качества образования. Доля студентов, обучающихся по государственным стипендиям, составляет приблизительно 11,6% от общего числа иностранных обучающихся (41 тысяча из 355 тысяч по данным 2023 года) [7].

Квота на обучение иностранных граждан за счет федерального бюджета демонстрирует поступательное увеличение: с 18 тысяч мест в 2021 году до 30 тысяч в 2023-2024 годах, что отражает государственную политику по расширению образовательного экспорта.

Региональный анализ привлечения иностранных студентов

Концентрация иностранных студентов наблюдается в ведущих образовательных центрах России, при этом Москва и Санкт-Петербург традиционно аккумулируют наибольшую долю контингента. Среди лидирующих учебных заведений выделяются: РУДН, КФУ, МФУ «Синергия», СПбПУ Петра Великого, МГУ им. М.В. Ломоносова [12].

Москва традиционно остается лидером по количеству обучающихся иностранных студентов, концентрируя около 35% от общей численности. Этому способствует не только статус столицы и наличие ведущих университетов, но и богатое культурное наследие города. Московские вузы активно используют культурный потенциал города, организуя для иностранных студентов экскурсии в музеи, театры и исторические места, что способствует более глубокому погружению в российскую культуру [8].

Санкт-Петербург, позиционируя себя как культурная столица России, привлекает около 15% иностранных студентов. Город предлагает уникальную образовательную среду, где академическое обучение тесно переплетается с культурным просвещением. Особенности архитектуры, музейные коллекции мирового уровня и богатые театральные традиции создают особую атмосферу для межкультурного диалога.

Казань выделяется как центр межкультурного взаимодействия, привлекая 8% иностранных студентов. Уникальность города заключается в органичном сочетании русской и татарской культур, что создает благоприятную среду для студентов из различных этнокультурных регионов. Как отмечается в различных источниках, контактируя с представителями других государств, студенты оказываются под воздействием межкультурной коммуникации [11].

Нижний Новгород, концентрируя 5% иностранных студентов, развивает собственную модель культурного взаимодействия, основанную на сочетании исторического наследия и современных образовательных технологий. Город активно продвигает программы культурной адаптации, включающие изучение местных традиций и участие в региональных культурных мероприятиях.

Анализ региональных особенностей показывает, что успешность привлечения иностранных студентов во многом зависит от способности образовательных центров предложить комплексный подход к культурному взаимодействию. Наиболее эффективные модели сочетают качественное образование с насыщенной культурной программой, позволяющей студентам не только получать знания, но и погружаться в российскую культурную среду.

Региональные различия в подходах к культурному обмену отражают специфику каждого образовательного центра. Если московские вузы делают акцент на масштабности и разнообразии культурных мероприятий, то петербургские учебные заведения сосредоточены на глубине культурного погружения. Казанские университеты предлагают уникальный опыт поликультурного взаимодействия, а нижегородские вузы развивают инновационные формы культурной адаптации.

Эмпирическое исследование мотивации выбора российских вузов

Для выявления роли культурного фактора в мотивации выбора российских вузов было проведено социологическое исследование среди иностранных студентов Нижнего Новгорода. Выборочная совокупность составила 150 респондентов из 25 стран, что обеспечивает репрезентативность результатов. Структура анкеты включала вопросы о факторах выбора российского образования, оценке культурных программ и влиянии культурного обмена на образовательный процесс.

Методы обработки данных включали статистический анализ, корреляционный анализ и качественную интерпретацию результатов. Особое внимание уделялось выявлению взаимосвязей между культурными факторами и общей удовлетворенностью образовательным процессом.

Анализ результатов опроса выявил три основных фактора, влияющих на выбор российских вузов. Фактор А (социальные связи и рекомендации) оказался значимым для 65% респондентов, что подтверждает важность межличностных коммуникаций в процессе принятия решения о получении образования за рубежом.

Фактор Б (академическая репутация и качество образовательных программ) был отмечен 78% опрошенных как основной мотивирующий элемент. Это свидетельствует о том, что, несмотря на важность культурных аспектов, качество образования остается приоритетным критерием выбора.

Фактор В (культурная привлекательность и молодежные инициативы) получил высокую оценку у 56% респондентов. Особо отмечались возможности участия в культурных мероприятиях, изучения русского языка и знакомства с российскими традициями. Как показало исследование А.О. Вершининой и В.Е. Складовой, живое общение с носителями языка и культуры, участие в традиционных праздниках,

посещение музеев, театров и клубов, ознакомление с национальной кухней, — все это позволяет дополнить свои знания о стране [2].

Результаты исследования показали, что культурный фактор играет существенную роль не только в мотивации выбора, но и в процессе адаптации иностранных студентов к российской образовательной среде. Студенты, активно участвующие в культурных программах, демонстрируют более высокие показатели академической успеваемости и социальной интеграции.

Особенно важным оказался аспект преодоления культурных барьеров и стереотипов. Как отмечается в исследованиях, «иностранцы студенты, живущие в России, не заметили по отношению к себе каких-либо предубеждений», в то время как российские студенты выявили наличие определенных стереотипов о русской культуре среди иностранных сокурсников [4].

Культурный фактор как инструмент «мягкой силы» в международном образовании

Анализ международного опыта показывает, что наиболее успешные образовательные системы активно используют культурный фактор для привлечения иностранных студентов. Программы Fulbright в США сочетают академическое образование с глубоким изучением американской культуры, создавая устойчивые связи между участниками программы и американским обществом [1].

Модель Великобритании, реализуемая через British Council, демонстрирует эффективность комплексного подхода к продвижению языка и культуры. Британские культурные центры по всему миру не только обучают английскому языку, но и знакомят с британскими традициями, что способствует формированию позитивного образа страны [15].

Китайская практика культурной дипломатии через Институты Конфуция показывает возможности масштабного продвижения национальной культуры. Сочетание изучения китайского языка с культурными программами обеспечивает глубокое понимание китайской цивилизации и создает основу для долгосрочного сотрудничества [6].

Французский подход, реализуемый через сеть Альянс Франсез, демонстрирует важность сохранения и продвижения культурной идентичности в условиях глобализации. Франкофония как культурно-языковое сообщество обеспечивает устойчивые связи между Францией и франкоговорящими странами мира [9].

Российская система культурного экспорта в образовательной сфере включает деятельность нескольких ключевых институтов. Россотрудничество координирует программы продвижения российского образования за рубежом, организуя

образовательные выставки, семинары и культурные мероприятия в различных странах мира [10].

Фонд «Русский мир» играет важную роль в продвижении русского языка и культуры, поддерживая образовательные программы и культурные инициативы в различных регионах мира. Деятельность фонда способствует созданию положительного образа России и русской культуры среди потенциальных студентов [3].

Культурные мероприятия при российских дипломатических представительствах дополняют систему культурного продвижения, создавая возможности для непосредственного знакомства с российской культурой и образовательными возможностями.

Рекомендации по совершенствованию системы культурного взаимодействия

Создание комплексной системы культурного продвижения должно основываться на интеграции усилий различных ведомств и организаций. Необходимо обеспечить координацию между Министерством образования и науки, Министерством культуры, Россотрудничеством и другими заинтересованными структурами для создания единой стратегии культурного экспорта в образовательной сфере.

Интеграция образовательных и культурных программ предполагает включение культурного компонента в учебные планы для иностранных студентов. Это может включать обязательные курсы по истории и культуре России, а также факультативные программы по изучению региональных особенностей российской культуры.

Развитие цифровых платформ для культурного обмена открывает новые возможности для дистанционного знакомства с российской культурой. Создание виртуальных музеев, онлайн-курсов по русской культуре и интерактивных платформ для культурного диалога может существенно расширить охват потенциальных студентов.

Расширение программ культурной адаптации иностранных студентов должно включать не только ознакомительные мероприятия, но и глубокое погружение в российскую культурную среду. Как показывают исследования, «большинство опрошенных студентов проявляют устойчивый интерес к русским традициям и культуре», что создает благоприятную основу для развития таких программ [5].

Создание межвузовских культурных центров может обеспечить координацию усилий различных образовательных учреждений в сфере культурного обмена. Такие центры могли бы организовывать совместные мероприятия, обмен опытом и разработку общих стандартов культурной адаптации.

Развитие студенческого культурного волонтерства создает возможности для непосредственного взаимодействия российских и иностранных студентов. Российские

студенты могут выступать в роли культурных наставников, помогая иностранным сокурсникам адаптироваться к российской культурной среде.

Организация международных культурных фестивалей в университетских городах может стать эффективным инструментом привлечения иностранных студентов и продвижения российской культуры. Такие мероприятия создают возможности для культурного диалога и демонстрации богатства российских традиций.

Заключение

Проведенное исследование роли культурного фактора в процессе межстранового взаимодействия позволяет сформулировать ряд важных выводов.

Наблюдается устойчивая тенденция роста численности иностранных студентов в России, которая достигла 389 тысяч человек к 2024 году. Несмотря на временное замедление в 2020-2021 годах, связанное с пандемией COVID-19, последующий период характеризовался интенсивным восстановлением и превышением допандемийных показателей. Особо следует отметить диверсификацию географического состава студентов – при сохранении доминирования представителей стран ближнего зарубежья (64%) наблюдается устойчивый рост доли студентов из стран дальнего зарубежья (36%).

Результаты эмпирического исследования, проведенного среди 150 иностранных студентов из 25 стран, выявили три ключевых фактора мотивации выбора российских вузов. Академическая репутация и качество образовательных программ остаются приоритетным критерием для 78% респондентов. Вместе с тем, культурная привлекательность и возможности участия в молодежных инициативах оказались значимыми для 56% опрошенных, что подтверждает важность культурного фактора в принятии решения о получении образования в России.

Исследование показало, что культурный фактор играет двойную роль: он не только влияет на первоначальную мотивацию выбора российского образования, но и существенно способствует успешной адаптации иностранных студентов к российской образовательной среде. Студенты, активно участвующие в культурных программах, демонстрируют более высокие показатели академической успеваемости и общей удовлетворенности образовательным процессом.

Региональный анализ выявил дифференцированные подходы к реализации культурного потенциала: московские вузы делают акцент на масштабных международных программах, Санкт-Петербургские университеты используют богатое культурно-историческое наследие, Казанские вузы предлагают уникальный опыт поликультурного взаимодействия, а Нижегородские учебные заведения развивают инновационные формы культурной адаптации.

Полученные результаты позволяют рекомендовать системное развитие культурного направления в деятельности российских вузов, включая создание специализированных центров культурной адаптации, развитие студенческого культурного волонтерства и организацию международных культурных фестивалей в университетских городах. Такой подход будет способствовать не только привлечению большего числа иностранных студентов, но и формированию устойчивых международных образовательных связей, укрепляющих позиции России в глобальном образовательном пространстве.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением долгосрочного влияния культурного фактора на профессиональные траектории выпускников российских вузов и их роли в развитии международного сотрудничества.

References

1. Аникина, Ю. А. Межкультурные аспекты высшего образования в США / Ю. А. Аникина // Социализация, адаптация и межкультурная коммуникация подрастающих поколений в России и за рубежом. Проблемы, поиски, решения : IV Международный форум «Человек, семья, общество: история и перспективы развития», Красноярск, 17–18 ноября 2015 года. – Красноярск : Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, 2015. – С. 119-123. – EDN VQRUWD.
2. Вершинина, А. О. Анализ культурного обмена между российскими и иностранными студентами / А. О. Вершинина, В. Е. Складорова // Культурологические чтения - 2022. Культурное наследие и актуальные культурные практики: репрезентации, трансформации, перспективы : материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Екатеринбург, 15–18 марта 2022 года / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2022. – С. 270-274. – EDN UUASWS.
3. Зубарева, В. А. Реализация принципа диалога культур в современном образовании / В. А. Зубарева, С. В. Шевченко // Научное мнение. – 2014. – № 3. – С. 136-140. – EDN RZPLLP.
4. Кондакова, Н. Н. Роль стереотипов в восприятии студентами иноязычной культуры / Н. Н. Кондакова, Е. И. Зимина // Языковые и культурные реалии современного мира : Сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Пенза, 12–22 апреля 2021 года. – Пенза : Пензенский государственный технологический университет, 2021. – С. 41-46. – EDN HZSXOF.

5. Культурная адаптация иностранных студентов в российских вузах / Л. А. Журавлева, Е. В. Зарубина, А. В. Ручкин [и др.] // Образование и право. – 2021. – № 12. – С. 198-203. – DOI 10.25688/2076-1503-2021-12-198-203. – EDN GPYSFR.

6. Лян, Чжэньпэн. Культурная дипломатия Китая в Центральной Азии в XXI веке на примере институтов Конфуция / Чжэньпэн Лян // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2017. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnaya-diplomatiya-kitaya-v-tsentralnoy-azii-v-xxi-veke-na-primere-institutov-konfutsiya> (дата обращения: 25.06.2025).

7. Образование в цифрах: 2023 : краткий статистический сборник / Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг, О. К. Озерова и др. ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва : ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. – 132 с. – ISBN 978-5-7598-3004-7.

8. Понявина, М. Б. Увеличение количества иностранных студентов в российских вузах как элемент государственной политики в сфере образования / М. Б. Понявина, П. С. Селезнев // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2020. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uvelichenie-kolichestva-inostrannyh-studentov-v-rossiyskih-vuzah-kak-element-gosudarstvennoy-politiki-v-sfere-obrazovaniya> (дата обращения: 25.06.2025).

9. Сосунова, Г. А. Франкофония как объединяющий фактор франкоязычной коммуникации / Г. А. Сосунова, Е. Н. Шелдовицкая // Индоевропейские языки: общелингвистические и методологические аспекты : Материалы научно-практического круглого стола с международным участием, Москва, 01 декабря 2023 года. – Москва : Государственный университет просвещения, 2024. – С. 162-167. – EDN VIQUJR.

10. Хамурадова, Ж. В. Экспорт образования как фактор экономического роста в России в условиях глобализации / Ж. В. Хамурадова, М. В. Плешакова // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. – 2023. – № 4(38). – С. 8-15. – DOI 10.25688/2312-6647.2023.38.4.01. – EDN KZTQFI.

11. Иностранные студенты о Казани: «Невероятно красивый город, но самая главная ценность – это люди» // Официальный портал мэрии г. Казани. – URL: <http://kzn.ru/meriya/press-tsentr/novosti/inostrannye-studenty-o-kazani-neveroyatno-krasivyy-gorod-zdes-unikalnaya-arkhitektura-kultura-no-sam/> (дата обращения: 25.06.2025).

12. Крупнейшие вузы России: анализируем востребованность российских университетов // Независимая газета. – 2024. – 16 апр. – URL: https://www.ng.ru/education/2024-04-16/100_162209042024.html (дата обращения: 25.06.2025).

13. Обучение в России для иностранцев: Все, что нужно знать // Российская газета.
– URL: <https://rg.ru/2024/03/12/obuchenie-v-rossii-dlia-inostrancev-vse-chto-nuzhno-znat.html> (дата обращения: 25.06.2025).
14. Число студентов из Ирана выросло на 42 % за два года // Informio. – 2025. – 24 мая. – URL: <https://www.informio.ru/news/id45512/CHislo-studentov-iz-Irana-vyroslo-na-42-za-dva-goda> (дата обращения: 25.06.2025).
15. Zhou, Jingyi. The Role of British Council in UK Culture Diplomacy / Jingyi Zhou // Open Journal of Political Science. – 2022. – Vol. 12. – P. 612-625. – DOI 10.4236/ojps.2022.124033.

UDC 004.8:378.147:811.111'271

Danilov K.A. Generative Artificial Intelligence as a Feedback Tool in Teaching Foreign Language Writing: Opportunities and Limitations

Генеративный искусственный интеллект как инструмент обратной связи при обучении иноязычному письму: возможности и ограничения

Danilov Kirill Andreevich,

Postgraduate Student, Autonomous Non-Profit Organization of Higher Education "Moscow Humanitarian-Technological University — Moscow Architectural and Construction Institute", Moscow

Academic Supervisor: **Afanasyeva Oksana Vasilievna**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor

Данилов Кирилл Андреевич,

магистрант, АНО ВО «Московский гуманитарно-технологический университет —

Московский архитектурно-строительный институт», г. Москва

Научный руководитель

Афанасьева Оксана Васильевна

Кандидат филологических наук, доцент

Abstract. The article examines the use of generative artificial intelligence as a tool for formative feedback in teaching foreign language writing in higher education. The focus is on a specific didactic function — corrective feedback on students' written work. Based on an analysis of scholarly literature and a pilot comparative study (n = 28), in which students received feedback on the same text from both a teacher and a language model, the opportunities and limitations of AI feedback are identified. It is established that generative AI is effective in correcting formal language errors and ensuring promptness, but is inferior to the teacher in assessing content, discourse organisation, and considering the communicative context. A conclusion is drawn on the expediency of a hybrid feedback model.

Keywords: generative artificial intelligence, feedback, corrective feedback, foreign language writing, large language models, foreign language teaching methodology.

Аннотация. В статье рассматривается применение генеративного искусственного интеллекта в качестве инструмента формирующей обратной связи при обучении иноязычному письму в высшей школе. Внимание сосредоточено на конкретной дидактической функции — корректирующей обратной связи по письменным работам студентов. На основе анализа научной литературы и пилотного сопоставительного исследования (n = 28), в ходе которого студенты получали обратную связь по одному и тому же тексту как от преподавателя, так и от языковой модели, выявлены возможности и ограничения ИИ-обратной связи. Установлено, что генеративный ИИ эффективен в исправлении формальных языковых ошибок и обеспечении оперативности, однако уступает преподавателю в оценке содержания, дискурсивной организации и учёте коммуникативного контекста. Сделан вывод о целесообразности гибридной модели обратной связи.

Ключевые слова: генеративный искусственный интеллект, обратная связь, корректирующая обратная связь, иноязычное письмо, большие языковые модели, методика преподавания иностранных языков.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Обучение иноязычной письменной речи традиционно считается одним из наиболее ресурсоёмких направлений языкового образования. Письмо как продуктивный вид речевой деятельности предполагает интеграцию языковых, дискурсивных и когнитивных умений, формирование которых невозможно без систематической и качественной обратной связи. Детальный анализ текста каждого студента требует

значительных временных затрат от преподавателя, вследствие чего обучающиеся нередко получают комментарии с существенной задержкой либо в обобщённой, недостаточно индивидуализированной форме.

Появление и стремительное распространение генеративного искусственного интеллекта, основанного на больших языковых моделях (ChatGPT, Claude и аналогичных системах), открыло принципиально новые возможности для организации обратной связи при обучении письму. Предметом настоящей статьи является не использование ИИ в языковом образовании вообще, а конкретная дидактическая функция — формирующая (корректирующая) обратная связь по письменным работам. Целью статьи является выявление возможностей и ограничений генеративного ИИ как инструмента такой обратной связи на основе её сопоставления с традиционной преподавательской обратной связью.

Обратная связь в обучении иноязычному письму: теоретические основания

Обратная связь (feedback) в методике обучения иностранным языкам понимается как информация о соответствии речевого продукта нормам и коммуникативным задачам с целью совершенствования последующей деятельности. Применительно к письменной речи особое значение имеет корректирующая обратная связь (corrective feedback) — реакция на ошибки в письменном тексте, направленная на их осознание и исправление [5].

В научной литературе разграничивают несколько типов корректирующей обратной связи. По степени эксплицитности различают прямую обратную связь (непосредственное указание правильного варианта) и косвенную (указание на наличие ошибки без предоставления правильной формы). По охвату выделяют сфокусированную обратную связь (концентрация на определённом типе ошибок) и несфокусированную (реакция на все ошибки) [5]. Принципиальное значение имеет различие формирующей и итоговой обратной связи. Формирующая обратная связь предоставляется в процессе работы над текстом и нацелена на развитие умений; итоговая — фиксирует результат и служит оцениванию [6].

Теоретическую рамку дополняет концепция саморегулируемого обучения: качественная обратная связь должна не только указывать на ошибки, но и развивать у обучающегося способность к самостоятельному мониторингу и коррекции собственной деятельности [6].

Возможности генеративного ИИ как инструмента обратной связи

Оперативность. Главным преимуществом ИИ-обратной связи является её мгновенность. Студент получает развёрнутый анализ текста немедленно, что устраняет разрыв между созданием текста и его коррекцией [4].

Доступность и неограниченность объёма. В отличие от преподавателя, время которого ограничено, генеративный ИИ доступен в любой момент и способен обработать неограниченное число обращений. Это позволяет студенту запрашивать обратную связь многократно, итеративно совершенствуя текст.

Эффективность в коррекции формальных ошибок. Современные языковые модели демонстрируют высокую точность в выявлении и исправлении грамматических, орфографических и лексических ошибок [3; 4].

Снижение аффективного барьера. Взаимодействие с ИИ лишено оценочного социального компонента. Это особенно значимо для тревожных обучающихся, для которых критика письменных работ является источником стресса [4].

Развёрнутость и пояснительный характер. Генеративный ИИ способен не только указать ошибку, но и объяснить её причину, привести правило и альтернативные варианты, что приближает обратную связь к обучающему диалогу.

Ограничения генеративного ИИ как инструмента обратной связи

Поверхностность оценки содержания и дискурса. Языковые модели наиболее уверенно работают с формальным уровнем текста, тогда как оценка содержательной глубины, логической связности и соответствия коммуникативной задаче даётся им существенно хуже [4; 1].

Игнорирование коммуникативного и учебного контекста. Преподаватель оценивает работу с учётом уровня конкретного студента, этапа обучения и цели задания. Генеративный ИИ, не располагая этим контекстом, предоставляет обезличенную обратную связь [1].

Риск гиперкоррекции и нивелирования авторского голоса. Стремясь улучшить текст, языковые модели нередко переписывают его в соответствии с усреднённой стилистической нормой, что приводит к утрате индивидуальных особенностей письма [4].

Угроза учебной автономии. Лёгкость получения готовых исправлений создаёт риск того, что студент будет некритически принимать предложенные варианты, не осмысливая их [1].

Возможность ошибочных рекомендаций. Несмотря на высокую точность, генеративный ИИ способен предлагать неверные исправления. Студент, не обладающий

достаточной языковой компетенцией, не всегда в состоянии распознать подобные ошибки [3].

Пилотное сопоставительное исследование

Для эмпирической верификации теоретических положений было проведено пилотное сопоставительное исследование с участием студентов языкового направления подготовки ($n = 28$). Участники выполняли письменное задание (эссе 200–250 слов на английском языке), после чего каждая работа получала два вида обратной связи: традиционную преподавательскую и сгенерированную языковой моделью по стандартизированному запросу. Студентам предлагалось оценить оба вида обратной связи по ряду параметров (шкала от 1 до 5). Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительная оценка двух видов обратной связи (средний балл, $n = 28$)

Параметр оценки	Преподаватель	ИИ
Скорость получения	2,8	4,9
Точность исправления языковых ошибок	4,4	4,6
Качество оценки содержания и аргументации	4,7	3,2
Учёт уровня и индивидуальных особенностей	4,6	2,9
Понятность объяснений	4,2	4,3
Полезность для развития умений письма	4,5	3,6

Данные подтверждают теоретически выявленное распределение сильных и слабых сторон. ИИ-обратная связь получила существенно более высокие оценки по скорости (4,9 против 2,8) и оказалась сопоставимой с преподавательской по точности исправления формальных ошибок (4,6 против 4,4). Вместе с тем преподаватель значительно превзошёл языковую модель по оценке содержания (4,7 против 3,2) и учёту индивидуальных особенностей (4,6 против 2,9). Показательно, что 75 % опрошенных предпочли сочетание обоих видов обратной связи.

Гибридная модель обратной связи: методические рекомендации

Результаты исследования позволяют сформулировать рекомендации по интеграции генеративного ИИ в систему обратной связи. Целесообразно выстраивать работу над письменным текстом как многоэтапный процесс. На этапе редактирования черновика студенту рекомендуется обращаться к ИИ для выявления формальных языковых ошибок. При этом важно формировать критическое отношение к

рекомендациям модели: каждое предлагаемое исправление должно быть осмыслено, а не принято автоматически.

Преподавательская обратная связь концентрируется на содержании, логике, аргументации и индивидуальной динамике развития студента. Такое разделение позволяет преподавателю работать на более высоком методическом уровне. Кроме того, важным элементом гибридной модели является обучение студентов тому, как формулировать запросы к ИИ и как критически оценивать получаемую обратную связь.

Заключение

Генеративный искусственный интеллект обладает значительным потенциалом как инструмент обратной связи при обучении иноязычному письму, однако этот потенциал реализуется лишь в определённой функциональной нише: оперативная коррекция формального языкового уровня. Сопоставительное исследование подтвердило, что ИИ и преподаватель обладают взаимодополняющими, а не конкурирующими сильными сторонами. Наиболее продуктивной является интеграция ИИ-обратной связи и преподавательской в рамках гибридной модели, в которой ИИ берёт на себя коррекцию формального уровня текста, а преподаватель — работу с его содержанием и индивидуализацию обучения.

References

1. Дронов В.В. Генеративный искусственный интеллект в обучении письменной речи: возможности и риски // Высшее образование в России. 2024. Т. 33, № 2. С. 88-99.
2. Москалёва Л.Ю., Ефремова Н.В. Корректирующая обратная связь при обучении иноязычной письменной речи в вузе // Иностранные языки в школе. 2021. № 9. С. 45-52.
3. Сысоев П.В., Филатов Е.М. Технологии искусственного интеллекта в обучении иностранному языку: обзор зарубежных исследований // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28, № 3. С. 595-606.
4. Barrot J.S. Using ChatGPT for Second Language Writing: Pitfalls and Potentials // Assessing Writing. 2023. Vol. 57. Art. 100745.
5. Ferris D.R. Treatment of Error in Second Language Student Writing. 2nd ed. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2011. 192 p.
6. Hattie J., Timperley H. The Power of Feedback // Review of Educational Research. 2007. Vol. 77, № 1. P. 81-112.

UDC 378.147:004+316.776.23

Lukyanova E.Yu., Popelchuk G.A. The practice of using digital self-management tools and self-presentation techniques in professional development of students of pedagogical specialties (the case of universities in the reunited regions)

Практика применения цифровых инструментов самоменеджмента и техник самопрезентации в процессе профессионального становления студентов педагогических специальностей (на примере вузов воссоединённых регионов)

Lukyanova Yelena Yurievna

Ph.D, Docent, Associate Professor, Department of Management,
Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

Popelchuk Galina Aleksseevna

Ph.D, Associate Professor of the Department
of Applied Psychology and Personality Development
Kherson State Pedagogical University

Лукьянова Елена Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

Попельчук Галина Алексеевна

кандидат психологических наук,
доцент кафедры прикладной психологии и развития личности
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

Abstract. The article is devoted to theoretical substantiation of the practice of using digital self-management tools and self-presentation techniques in the professional development of students of pedagogical specialties at universities in the reunited regions. The methodological framework comprises systemic, activity-based and reflexive-activity approaches; methods of analysis, systematization, questionnaires, reflective interviews and case method were used. Four groups of barriers hindering the effective use of digital tools were identified: socio and cultural (the need to master new professional standards and career behavior models), psychological (predominance of a short-term time perspective, increased situational anxiety, fatalistic attitudes, reduced self-efficacy), informational (lack of knowledge about available support programs, grant competitions, crowdfunding platforms) and economic (limited relevant labor market, imbalances between supply and demand). Resource factors of professional development were determined: developed adaptability, formed reflexive competence, potential of social responsibility, unique life experience. A structural-functional model for developing self-management and self-presentation skills has been elaborated, including diagnostic, goal-setting, content-technological and reflexive-evaluative stages. Practical recommendations for implementing the model into the educational process of pedagogical universities of the reunited regions are formulated.

Keywords: digital self-management tools, self-presentation, professional development, students of pedagogical specialties, reunited regions, time management, career planning, pitch, resume.

Аннотация. Статья посвящена теоретическому обоснованию практики применения цифровых инструментов самоменеджмента и техник самопрезентации в процессе профессионального становления студентов педагогических специальностей вузов воссоединённых регионов. Методологическую базу составили системный, деятельностный и рефлексивно-деятельностный подходы; использованы методы анализа, систематизации, анкетирования, рефлексивных интервью и кейс-метода. Выявлены четыре группы барьеров, препятствующих эффективному использованию цифровых инструментов: социокультурные (необходимость освоения новых профессиональных стандартов и моделей карьерного поведения), психологические (преобладание

краткосрочной временной перспективы, повышенная ситуативная тревожность, фаталистические установки, сниженная самооэффективность), информационные (дефицит знаний о доступных программах поддержки, грантовых конкурсах, краудфандинговых платформах) и экономические (ограниченность релевантного рынка труда, диспропорции между спросом и предложением). Определены ресурсные факторы профессионального становления: развитая адаптивность, сформированная рефлексивная компетентность, потенциал социальной ответственности, уникальный жизненный опыт. Разработана структурно-функциональная модель формирования навыков самоменеджмента и самопрезентации, включающая диагностический, целевой, содержательно-технологический и рефлексивно-оценочный этапы. Сформулированы практические рекомендации по внедрению модели в образовательный процесс педагогических университетов воссоединённых регионов.

Ключевые слова: цифровые инструменты самоменеджмента, самопрезентация, профессиональное становление, студенты педагогических специальностей, воссоединённые регионы, тайм-менеджмент, карьерное планирование, питч, резюме.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Современный рынок труда предъявляет к выпускникам педагогических вузов требования, выходящие далеко за рамки предметной компетентности. Наряду с профессиональными знаниями, критически важными становятся навыки самоорганизации, тайм-менеджмента, эффективной коммуникации и самопрезентации. Эти компетенции, относимые к категории универсальных (надпрофессиональных) или «гибких» навыков (soft skills), выступают ключевыми предикторами успешного карьерного старта и профессиональной мобильности в условиях высокой неопределённости рынка труда [1].

Особую актуальность проблема формирования данных компетенций приобретает для студентов педагогических университетов воссоединённых регионов Российской Федерации. Интеграционные процессы, разворачивающиеся на этих территориях, сопровождаются перестройкой институциональной среды, трансформацией ценностно-нормативных ориентиров и формированием новых профессиональных стандартов [2]. В этих условиях способность студента к осознанному управлению собственным временем, рефлексивному анализу ресурсов и ограничений, а также к убедительной презентации себя как специалиста становится не просто желательным, а необходимым условием успешной профессиональной самореализации.

Цифровые инструменты самоменеджмента и техники самопрезентации представляют собой доступный и эффективный ресурс для развития указанных компетенций. Однако, значительная часть студентов либо не информирована о существующих возможностях, либо не владеет технологиями их практического использования. Цель настоящего исследования – теоретическое обоснование практики применения цифровых инструментов самоменеджмента и техник самопрезентации в

процессе профессионального становления студентов педагогических специальностей вузов воссоединённых регионов.

Проблематика самоорганизации и самопрезентации в профессиональном становлении личности располагается на пересечении психологии труда, педагогики высшей школы и теории карьерного консультирования. В классической психологии управления и труда утвердилось понимание того, что устойчивость профессиональной карьеры обеспечивается не столько объёмом приобретённых знаний, сколько развитой способностью к рефлексии – осознанному анализу собственных ресурсов, ограничений и перспектив развития. Рефлексивная компетентность выступает метаспособностью, позволяющей субъекту интегрировать разнородную информацию о себе и окружающем мире в целостную картину, служащую основой для принятия стратегических карьерных решений [3].

Профессиональная карьера представляет собой не просто последовательность занимаемых должностей, но социально-психологический феномен, отражающий процесс самореализации личности в трудовой деятельности на протяжении всего жизненного пути. Целостный анализ карьеры требует рассмотрения как объективных показателей (должностной рост, уровень дохода, профессиональный статус), так и субъективных параметров (удовлетворённость трудом, осмысленность профессиональной деятельности, соответствие работы ценностным ориентациям).

Эмпирические исследования последних лет убедительно демонстрируют, что ключевыми предикторами мотивационной насыщенности профессиональной жизни выступают характеристики временной ориентации личности и уровень развития рефлексивности [8; 9]. Способность человека выстраивать связную картину прошлого, настоящего и будущего, интегрировать жизненный опыт в целостную нарративную структуру, прогнозировать последствия собственных действий – эти качества формируют тот внутренний ресурс, который позволяет сохранять устойчивость в ситуациях неопределённости и выстраивать осмысленную профессиональную траекторию.

В контексте педагогического образования особое значение приобретает анализ специфических факторов, определяющих профессиональный старт в воссоединённых регионах. Как показывают исследования, проведённые на базе Херсонского государственного педагогического университета, контекстуальные особенности исторических регионов РФ преломляются в сознании молодых людей, значимо влияя на формирование их жизненной перспективы [4; 5].

Методологическую базу исследования составили системный подход (рассмотрение профессионального становления как целостной, динамически

развивающейся системы), деятельностный подход (формирование компетенций через активную, практико-ориентированную деятельность) и рефлексивно-деятельностный подход (акцент на осознанном анализе собственных ресурсов, целей и способов их достижения).

На диагностическом этапе исследования, реализованном посредством применения авторской анкеты [1, с. 253-266], были выявлены четыре группы барьеров, препятствующих эффективному профессиональному самоопределению и использованию цифровых инструментов самоменеджмента и самопрезентации студентами педагогических специальностей в воссоединённых регионах:

1. Социокультурные барьеры. Интеграция в новое образовательное и профессиональное пространство сопряжена с необходимостью освоения иных нормативных и ценностных ориентиров, стандартов профессиональной деятельности, моделей карьерного поведения. Этот процесс может быть определён как аккультурационный стресс – напряжение, возникающее при необходимости согласовывать две культурные системы. Студенты отмечают неопределённость относительно профессиональных стандартов и требований к специалистам, необходимость перестраивать привычные модели профессиональной коммуникации, сложности в идентификации референтных групп и образцов для подражания в профессиональной сфере, а также рассогласование между ценностными ориентациями, сформированными в предшествующий период, и ценностями, транслируемыми новым социальным контекстом.

2. Психологические барьеры. Исследование выявило повышенный уровень ситуативной тревожности и неопределённости в восприятии будущего у студентов. Психологические барьеры проявляются в доминировании краткосрочной временной перспективы с затруднением построения долгосрочных жизненных и профессиональных планов, повышенном уровне фоновой тревоги, связанной с нестабильностью жизненной ситуации, склонности к фаталистической интерпретации событий (убеждённости в том, что будущее предопределено и не зависит от собственных усилий), сниженной самооценки, а также в амбивалентности в отношении к будущему – одновременном присутствии надежд и опасений, оптимистических и пессимистических ожиданий.

3. Информационные барьеры. Доступ к информации о возможностях профессионального развития, образовательных траекториях, программах государственной поддержки, потенциальных работодателях и актуальных вакансиях в новых регионах объективно ниже, чем в традиционных субъектах Российской Федерации. Это создаёт эффект «информационной асимметрии», когда потенциально

доступные возможности остаются нереализованными в силу того, что молодые люди о них не знают или не владеют технологиями их использования. Информационные барьеры проявляются как дефицит знаний о существующих программах поддержки молодых специалистов, неосведомлённость о работодателях, готовых предоставить рабочие места выпускникам, отсутствие информации о требованиях к соискателям на региональном рынке труда, недостаточная информированность о возможностях дополнительного образования и повышения квалификации.

4. Экономические барьеры. Восстановление экономики и формирование полноценного рынка труда в новых регионах – процесс длительный и неравномерный. Молодые специалисты сталкиваются с ситуацией, когда количество желаемых рабочих мест, соответствующих полученной квалификации, ограничено, а уровень оплаты труда может не соответствовать ожиданиям и реальным потребностям. К числу экономических барьеров относятся ограниченность выбора работодателей в ряде профессиональных сфер, диспропорции между спросом и предложением на региональном рынке труда, необходимость начинать карьеру с позиций, не соответствующих полученному образованию, более низкий уровень оплаты труда на стартовых позициях.

Вместе с тем в ходе исследования были выявлены ресурсные факторы, которые могут быть актуализированы для преодоления указанных барьеров и эффективного освоения цифровых инструментов самоменеджмента и техник самопрезентации:

1. Развитая адаптивность. Необходимость постоянно приспосабливаться к меняющимся условиям, осваивать новые среды, выстраивать стратегии поведения в ситуациях неопределённости формирует устойчивую способность к адаптации. В современном мире, где единственной константой становятся сами изменения, это качество приобретает стратегическое значение, становясь конкурентным преимуществом на рынке труда. Студенты новых регионов демонстрируют более высокую готовность к смене профессиональных ролей и освоению новых видов деятельности, толерантность к неопределённости – способность сохранять эффективность в ситуациях с недостаточной информацией, гибкость в выборе карьерных стратегий, отсутствие ригидной привязанности к единственному сценарию, способность быстро мобилизовать ресурсы в ответ на изменение обстоятельств.

2. Сформированная рефлексивность. Столкновение с жизненными трудностями неизбежно активизирует процессы рефлексии. Индивид, оказавшийся перед вызовами, вынужден чаще обращаться к вопросам идентичности: «Кто я?», «Каковы мои подлинные ценности?», «Каково желаемое направление моего движения?». Данные исследований свидетельствуют, что степень развития рефлексивности выступает

значимым предиктором построения осмысленной профессиональной траектории. Лица, обладающие высокой рефлексивностью, демонстрируют более точную оценку собственных возможностей, выявление латентных ресурсов, прогнозирование последствий предпринимаемых действий и, как следствие, более эффективное планирование своего будущего.

3. Потенциал социальной ответственности. Будучи вовлечёнными в интеграционные процессы, разворачивающиеся на новых территориях, молодые люди обретают принципиально иное, более глубокое понимание ценности устойчивых социальных связей и личной причастности к развитию локальных сообществ. Именно у этой категории молодёжи, активно участвующей в преобразовании окружающей среды, формируется устойчивая направленность на реализацию социально значимых проектов, участие в волонтерских инициативах и преобразующих местных сообщества программах, что, в свою очередь, создаёт надёжную основу для становления особого типа профессионализма – служения, которое выходит за пределы сугубо индивидуальных карьерных интересов и включает в себя ответственность за благополучие окружающих.

4. Уникальный жизненный опыт. Любой эксклюзивный жизненный маршрут, даже если он сопряжён с травматическими обстоятельствами, при условии его психологической проработки и интеграции в структуру личностного опыта способен трансформироваться в источник уникальных профессиональных качеств. Студенты, которые прошли через вынужденное перемещение, разрушение привычного уклада и необходимость адаптации к новым условиям существования, обретают опыт, принципиально недоступный их сверстникам из регионов со стабильной социальной средой. Данный опыт, будучи осмысленным, способствует развитию высокой стрессоустойчивости, понимаемой как способность сохранять эффективность деятельности в экстремальных обстоятельствах, навыка выявления и мобилизации ресурсов в условиях их дефицита, способности к оперативной концентрации усилий и быстрой мобилизации, а также развитой эмпатии и понимания людей, оказавшихся в сложных жизненных ситуациях.

Современный рынок программного обеспечения предлагает сотни приложений для планирования и организации времени. Выбор оптимального инструмента зависит от индивидуальных особенностей пользователя, характера задач и предпочитаемого стиля работы. В ходе исследования был проведён анализ наиболее популярных и функциональных приложений, разделённый на российские разработки и зарубежные платформы, доступные в Российской Федерации, с особым вниманием к их доступности для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Яндекс Календарь [13] – флагман среди российских календарных приложений, органично встроенный в экосистему Яндекса. Это не просто планировщик, а полноценный инструмент для управления временем с безупречной синхронизацией с Яндекс Почтой и Яндекс Дискон. Ключевая особенность сервиса – поддержка разных часовых поясов, привязанная не к настройкам телефона, а к самому событию, что удобно для тех, кто часто путешествует или работает с партнёрами из других регионов. Пользователь может создавать несколько календарей в одном аккаунте, разделяя рабочие встречи, личные дела и хобби, а функция офлайн-доступа позволяет создавать события даже без интернета – всё сохранится и синхронизируется автоматически при появлении связи. Для людей с нарушениями зрения предусмотрена тёмная тема, снижающая нагрузку на глаза, и поддержка экранных дикторов.

WEEEEK [14] – один из лидеров среди отечественных систем управления проектами и задачами. Это сразу пять сервисов в одном: задачи, база знаний, CRM, аналитика и управление пользователями. Визуально WEEEEK напоминает лучшие западные образцы, но адаптирован под российскую специфику. Здесь есть всё: списки задач, канбан-доски, диаграмма Ганта, календарь на неделю и месяц. Особого внимания заслуживает встроенный «помodoro»-таймер для тех, кто работает по этой методике, и подробные отчёты по целям и затраченному времени. Интерфейс чистый и современный, но обилие функций требует некоторого времени на освоение. Для образовательных проектов важно, что WEEEEK предлагает бесплатный тариф для групп студентов и скидки для НКО.

LeaderTask [15] – ещё один мощный российский таск-менеджер, обладающий почти тридцатилетней историей развития и отличающийся высокой степенью гибкости и глубины проработки функциональных возможностей. Планировщик позволяет создавать многоуровневые проекты с неограниченной вложенностью подзадач, дополнять их чек-листами. Для долгосрочного планирования в приложении предусмотрен календарь, охватывающий период до десяти лет. Встроенные чаты поддерживают голосовой ввод непосредственно в контексте задач, а интеграция с российскими календарными сервисами обеспечивает бесшовную синхронизацию с другими инструментами.

SingularityApp [16] – российский таск-менеджер, завоевавший популярность благодаря продуманному набору инструментов для борьбы с прокрастинацией и профессиональным выгоранием. Его главная особенность заключается в сочетании тайм-блокинга (планирования каждого часа) с трекером привычек и встроенным «помodoro»-таймером. Приложение позволяет строить сложную иерархию проектов и задач, расставлять приоритеты и дедлайны. Новые задачи в SingularityApp можно

добавлять голосом в мобильной версии или через телеграм-бота. Наличие режима фокуса помогает отключаться от отвлекающих факторов, а функция регулярной проверки задач не позволяет проектам оставаться невыполненными.

Google Календарь [17] – безусловный лидер среди календарных приложений в мире. Сервис стабильно работает без ограничений и предлагает широчайшие возможности для планирования. Цветовая кодировка событий, создание нескольких календарей с возможностью наложения друг на друга, интеграция с Gmail и Google Meet, умные напоминания – всё это делает его универсальным инструментом для любых целей. Google Календарь полностью совместим с экранными дикторами и поддерживает голосовое управление, что критически важно для пользователей с нарушениями зрения.

Todoist [18] – один из самых популярных task-менеджеров в мире. Его главное преимущество – интуитивно понятный интерфейс и мощная система естественного языка: можно написать «Позвонить другу завтра в 19:00», и приложение само создаст задачу с правильным сроком и временем. Todoist поддерживает многоуровневые проекты, приоритеты, метки, фильтры и визуализацию продуктивности в виде графиков. Интеграция с десятками других сервисов и голосовой ввод делают его доступным для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

TickTick [19] – приложение, которое многие называют «убийцей» Todoist за то, что в бесплатной версии оно предлагает больше возможностей. Помимо классического управления задачами с подзадачами, тегами и приоритетами, TickTick включает встроенный календарь, «помodoro»-таймер и функцию «белый шум» для фоновой работы. Особенно ценной для людей с когнитивными особенностями может быть функция отслеживания привычек и возможность настраивать напоминания с различными интервалами.

Trello [20] – визуальный инструмент для управления проектами на основе канбан-досок. Карточки, списки и доски создают наглядную картину движения задач. В карточки можно добавлять чек-листы, сроки, вложения, комментарии и назначать ответственных. Визуальный формат Trello особенно удобен для людей, которым легче воспринимать информацию графически, а также для пользователей с когнитивными особенностями, которым важно видеть весь процесс целиком.

Notion [21] – многофункциональное рабочее пространство, объединяющее заметки, базы данных, планировщик задач и вики. Гибкость Notion позволяет создавать индивидуальные системы под любые потребности. Для карьерного планирования здесь можно вести базу вакансий, хранить идеи, составлять карьерные планы, создавать портфолио.

Особого внимания заслуживают приложения, созданные специально для людей

с ограниченными возможностями здоровья либо обладающие функциями, делающими планирование доступным для максимально широкого круга пользователей.

Structured [22] – ежедневный планировщик, объединяющий календарь, список задач и трекер привычек в единую временную линию. Приложение создавалось с учётом потребностей людей с синдромом дефицита внимания и гиперактивности (СДВГ) и расстройствами аутистического спектра. Визуальная временная лента позволяет увидеть весь день целиком, легко перетаскивать задачи при изменении планов. Structured поддерживает VoiceOver и VoiceControl, имеет шрифт, адаптированный для людей с дислексией, и множество настроек цветового кодирования.

Choiceworks [23] – продукт, изначально разработанный с учётом потребностей людей, имеющих расстройства аутистического спектра, а также другие особенности когнитивной сферы. Choiceworks предоставляет пользователю возможность самостоятельно формировать визуальные расписания, настраивать таймеры и создавать системы поощрения, что в комплексе способствует более чёткому пониманию временной последовательности, снижению уровня тревожности и значительно облегчает процесс переключения между разными видами деятельности.

RocketTimer [24] – предельно лаконичный таймер, выполненный в виде приложения с крупными, хорошо читаемыми цифрами и интуитивно понятным интерфейсом, что делает его идеальным выбором для людей с нарушениями зрения или когнитивными особенностями. Регулярное использование такого инструмента помогает упорядочивать выполнение задач, плавно переходить от одного действия к другому и снижать тревожность, связанную с неопределённостью временных границ.

В современном профессиональном лексиконе термин «личный бренд» занял прочное место, однако его значение зачастую трактуется упрощённо, а границы понятия остаются размытыми. Наиболее адекватным представляется определение личного бренда как устойчивой репутации специалиста, которая складывается в сознании целевых групп (работодателей, клиентов, коллег, партнёров) благодаря последовательной и системной трансляции его профессиональных компетенций, ценностных установок и личностных качеств. При этом принципиально важно проводить различие между личным брендом и саморекламой: если самореклама представляет собой разовые акции, нацеленные на сиюминутное привлечение внимания, то личный бренд предполагает планомерную работу по созданию предсказуемого, позитивного образа, который вызывает доверие.

В педагогической среде концепция личного бренда обретает особую специфику. Выпускник педагогического вуза сегодня конкурирует за рабочие места, проекты, гранты и клиентов не только с коллегами по профессии, но и с представителями

смежных областей; в такой ситуации наличие узнаваемого, позитивного и аутентичного личного бренда превращается в весомое конкурентное преимущество. Ключевыми функциями личного бренда выступают: функция дифференциации (позволяет выделиться среди специалистов с формально схожими квалификациями), функция доверия (регулярное присутствие в профессиональном пространстве создаёт кредит доверия), функция притяжения возможностей (сильный личный бренд работает как магнит, притягивающий интересные предложения), функция защиты репутации (активное управление личным брендом позволяет контролировать информационное поле) и функция смыслообразования (работа над личным брендом стимулирует внутреннюю работу по осмыслению профессиональной идентичности).

Техника краткой самопрезентации (питч) является одной из наиболее известных и эффективных техник. Термин возник в среде венчурных инвесторов и предпринимателей. Предполагается, что у предпринимателя может быть всего несколько минут (время поездки на лифте) для того, чтобы заинтересовать потенциального инвестора своим проектом и получить возможность для более детальной презентации. За время поездки в лифте – от 30 до 60 секунд – выступающий должен решить несколько задач: привлечь внимание собеседника, чётко сформулировать суть своего предложения, обозначить проблему, которую решает проект, указать, чем его решение отличается от существующих, создать мотивацию для продолжения разговора.

«Правило лифта» – это не просто техника для предпринимателей. В адаптированном виде она применима в любой ситуации, где требуется кратко и убедительно представить себя или свою идею: на собеседовании, на конференции, при знакомстве с потенциальным партнёром.

Анализ успешных кратких презентаций позволяет выделить универсальную структуру, которая может быть адаптирована под конкретную ситуацию и аудиторию:

Элемент 1. Захват внимания. Первые несколько секунд – самые важные. За это время слушатель принимает решение, стоит ли ему продолжать воспринимать информацию или переключиться на другие мысли. Захват внимания может быть реализован через неожиданный вопрос, связанный с проблемой аудитории; удивительный факт или статистику; короткую историю (сторителлинг); смелое утверждение, бросающее вызов стереотипам.

Элемент 2. Формулировка проблемы. После того как внимание захвачено, необходимо чётко обозначить проблему, которую решает ваше предложение. Проблема должна быть значимой для конкретного слушателя. Важно говорить не об абстрактной проблеме «вообще», а о той, с которой сталкивается ваш собеседник или его

организация.

Элемент 3. Представление решения. Здесь вы кратко описываете, что именно предлагаете. Важно говорить не о характеристиках, а о выгодах. Не «я разработал методику подготовки», а «моя методика позволяет повысить средний балл на 15 % при снижении уровня стресса».

Элемент 4. Уникальность (дифференциация). Почему ваше решение лучше существующих? Чем вы отличаетесь от других кандидатов? Этот элемент должен быть сформулирован максимально конкретно.

Элемент 5. Призыв к действию. Чётко сформулируйте, что вы хотите от собеседника. «Давайте встретимся на следующей неделе, и я покажу вам результаты апробации». «Могу я прислать вам подробное резюме?».

Для отработки навыков краткой самопрезентации предлагается следующий алгоритм: анализ ситуации и аудитории; подготовка содержания с использованием описанной структуры; адаптация текста под устную речь (короткие предложения, естественные связи); тренировка с таймером (оптимальная длительность – 50–70 секунд); видеозапись и самоанализ (поза, жесты, интонация, слова-паразиты); получение обратной связи от доверенных лиц.

Традиционное резюме, десятилетиями служившее основным инструментом первичного отбора кандидатов, переживает фундаментальную трансформацию. Исследования показывают, что более 76 % работодателей из списка Fortune 500 уже используют персонализированные тесты и цифровые инструменты оценки вместо или в дополнение к классическому CV [1]. Однако утверждение о «смерти резюме» было бы преждевременным: большинство рекрутеров по-прежнему предпочитают, чтобы опыт работы был представлен в обратном хронологическом порядке, и ценят наличие в резюме измеримых достижений. Резюме не исчезает, но его роль меняется: из самостоятельного документа оно превращается в один из элементов комплексной системы оценки, выполняя функцию первичной фильтрации и структурирования информации.

Современный процесс найма в средних и крупных компаниях практически невозможен без использования систем отслеживания кандидатов (ATS). Эти программы выполняют первичную фильтрацию резюме, отсеивая те, которые не соответствуют формальным требованиям вакансии. Для выпускника педагогического вуза понимание принципов работы ATS становится необходимым условием успешного прохождения первичного отбора. Ключевые факторы, учитываемые ATS при сортировке: названия предыдущих должностей, профессиональные навыки, релевантные ключевые слова, образование, сертификаты. Для оптимизации резюме под ATS рекомендуется:

использовать точные названия должностей, соответствующие отраслевым стандартам; включать ключевые слова из описания вакансии (но органично, без механического копирования); избегать сложного форматирования, таблиц, графических элементов, которые могут быть некорректно распознаны системой; сохранять резюме в простом текстовом формате или PDF, совместимом с ATS.

Для выпускника педагогического вуза, не имеющего длительного опыта работы, задача составления конкурентоспособного резюме имеет свою специфику. Основной упор должен делаться на демонстрацию потенциала, а не на описание прошлых заслуг. Структура резюме начинающего специалиста включает: личную информацию (ФИО, контакты, ссылки на профессиональные профили); краткий профиль (саммари) – несколько предложений, обобщающих ключевые компетенции и карьерные цели; образование (полное название вуза, факультет, специальность, год окончания, значимые академические достижения, дополнительные курсы и сертификаты); педагогическую практику (место и сроки, возрастные группы, конкретные виды деятельности, измеримые достижения); проектную деятельность и волонтерство (конкретный вклад и приобретенные навыки); навыки (профессиональные и личностные, каждый желательно подкрепить кратким примером); дополнительную информацию (знание языков, владение цифровыми инструментами, публикации, награды).

На основе проведенного анализа барьеров, ресурсов и инструментов была разработана структурно-функциональная модель формирования навыков самоменеджмента и самопрезентации, включающая четыре этапа-блока:

1. Диагностический этап. Оценка исходного уровня сформированности навыков самоорганизации, временной перспективы, локуса контроля и мотивационной структуры; выявление барьеров и ресурсов с использованием авторской анкеты [6]. Инструменты: анкеты, рефлексивные опросники, методика «Картография личности» (самоанализ с получением обратной связи от значимых других), опросник временной перспективы [9], опросник локуса контроля, проективные вопросы («занятия, вызывающие состояние потока», «задачи, дающиеся легче других»), кейс-практикум «Карта барьеров». Планируемый результат: интегральный профессионально-личностный профиль (сильные стороны, зоны развития, латентные ресурсы, доминирующий тип мотивации, характер временной перспективы).

2. Целевой этап. Формулирование долгосрочного видения (5–10 лет); выделение ключевых направлений развития; постановка среднесрочных целей (2–3 года) по критериям SMART; разработка годового плана действий; различение целей-действий и целей-результатов; согласование целей с ценностными ориентациями. Инструменты: техника визуализации, каскадирование целей, SMART-анализ, пирамида Франклина

(связь ежедневных задач с долгосрочными ценностями), матрица Эйзенхауэра для приоритизации. Планируемый результат: иерархически организованная система целей (стратегических, тактических, операционных) с временными дедлайнами и измеримыми критериями достижения.

3. Содержательно-технологический этап. Освоение цифровых инструментов самоменеджмента (календари, таск-менеджеры, специализированные приложения для лиц с ОВЗ) и техник самопрезентации (структура питча, составление резюме и CV, построение личного бренда в профессиональных сетях). Инструменты: лекции с элементами дискуссии, семинары-практикумы, кейс-метод, деловые и ролевые игры, проектные задания, работа в малых группах, индивидуальные консультации, использование цифровых платформ (календари, таск-менеджеры, конструкторы резюме), видео-тренинг с самоанализом. Планируемый результат: сформированные компетенции – целеполагание и стратегическое планирование; использование институциональных механизмов поддержки; тайм-менеджмент и борьба с прокрастинацией; самопрезентация (резюме, питч); навигация в системе правовых и технологических ресурсов для лиц с инвалидностью.

4. Рефлексивно-оценочный этап. Ведение дневника карьерного планирования (фиксация целей, промежуточных результатов, препятствий); регулярные супервизии и групповые рефлексивные сессии (обсуждение успешных кейсов и трудностей, взаиморецензирование карьерных планов и резюме); формирование портфолио достижений (дипломы, сертификаты, отзывы, методические материалы, фото- и видеоматериалы); итоговая оценка по критериям: когнитивному (полнота знаний о карьерных стратегиях и институциональных возможностях), мотивационному (выраженность аффективной и ценностно-смысловой мотивации, интернальность локуса контроля, сбалансированность временной перспективы), деятельностному (способность разрабатывать карьерный план, составлять резюме, готовить крауд-заявку, обосновывать выбор формы занятости), рефлексивному (способность к самоанализу и коррекции траектории). Инструменты: дневник самонаблюдения, метод фокус-групп, контент-анализ рефлексивных эссе, портфолио, шкалы самооценки, экспертная оценка (преподаватели, наставники, представители центров карьеры). Планируемый результат: повышение уровня сформированности всех компонентов жизненной перспективы; готовность к самостоятельному, осознанному и проактивному построению профессиональной траектории с учётом индивидуальных особенностей здоровья и контекстуальных условий; наличие актуального портфолио и карьерного плана.

Представленная модель носит циклический характер: по завершении

рефлексивно-оценочного этапа участник при необходимости возвращается к диагностическому этапу для уточнения профиля или корректировки целей. Такой дизайн обеспечивает адаптивность модели к изменяющимся внешним условиям (динамика рынка труда, появление новых программ поддержки) и внутренним изменениям (профессиональное развитие, смена ценностных приоритетов).

Проведённое исследование подтверждает, что профессиональное становление студентов педагогических специальностей в воссоединённых регионах сопряжено с комплексом барьеров, требующих системного подхода к их преодолению. Выявленные социокультурные, психологические, информационные и экономические барьеры не являются изолированными – они взаимосвязаны и усиливают друг друга. Например, информационный дефицит усиливает психологическую тревожность, а экономические ограничения усугубляют социокультурную дезориентацию. Это обстоятельство требует комплексных, интегративных решений, а не разрозненных мероприятий.

Особый интерес представляет выявленное преобладание эвдемонической мотивации (73 % респондентов). Это означает, что большинство студентов педагогических специальностей ориентированы не на внешние атрибуты успеха (статус, доход), а на внутреннюю содержательную сторону профессиональной деятельности – самореализацию, личностный рост, поиск и воплощение личностных и профессиональных смыслов. Данная особенность создаёт благоприятную основу для формирования навыков самоменеджмента и самопрезентации, поскольку студенты с доминирующей эвдемонической мотивацией более восприимчивы к рефлексивным практикам и осмысленному целеполаганию.

Ресурсные факторы – развитая адаптивность, сформированная рефлексивность, потенциал социальной ответственности и уникальный жизненный опыт – представляют собой тот внутренний капитал, который может быть актуализирован в процессе профессионального становления. Эти качества не являются врождёнными, они формируются в процессе жизнедеятельности, особенно в условиях преодоления трудностей. Задача педагогического сопровождения – помочь студентам осознать и использовать эти ресурсы для построения осмысленной профессиональной траектории.

Цифровые инструменты самоменеджмента, представленные в исследовании, охватывают широкий спектр потребностей – от базового планирования времени до специализированных решений для людей с ограниченными возможностями здоровья. Их систематическое использование способствует формированию навыков самоорганизации, структурированию деятельности и снижению тревожности, связанной с неопределённостью временных границ. Особое значение имеет

доступность этих инструментов для различных категорий пользователей, включая лиц с нарушениями зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата и когнитивными особенностями.

Техники самопрезентации – питч и составление резюме – являются практическими навыками, которые могут быть успешно сформированы в ходе целенаправленного обучения. Разработанная структура питча (захват внимания – проблема – решение – уникальность – призыв) и алгоритм составления резюме с учётом требований ATS-систем представляют собой инструменты, которые могут быть освоены студентами независимо от их исходного уровня подготовки.

Разработанная структурно-функциональная модель, включающая диагностический, целевой, содержательно-технологический и рефлексивно-оценочный этапы, обеспечивает системный подход к формированию навыков самоменеджмента и самопрезентации. Циклический характер модели (возможность возврата на предыдущие этапы) обеспечивает её адаптивность к изменяющимся условиям и индивидуальным потребностям студентов.

Проведённое исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Профессиональное становление студентов педагогических специальностей в воссоединённых регионах сопряжено с комплексом барьеров: социокультурными (необходимость освоения новых профессиональных стандартов и моделей карьерного поведения), психологическими (доминирование краткосрочной временной перспективы, повышенная ситуативная тревожность, фаталистические установки, сниженная самооэффективность), информационными (дефицит знаний о доступных программах поддержки, грантовых конкурсах, краудфандинговых платформах) и экономическими (ограниченность релевантного рынка труда, диспропорции между спросом и предложением).

2. Выявлены ресурсные факторы, способствующие успешному профессиональному становлению: развитая адаптивность, сформированная рефлексивная компетентность, потенциал социальной ответственности и уникальный жизненный опыт. Эти качества могут быть актуализированы в процессе целенаправленной психолого-педагогической поддержки.

3. Цифровые инструменты самоменеджмента (календарные приложения, task-менеджеры, специализированные приложения для лиц с ОВЗ) и техники самопрезентации (структура питча за 60 секунд, составление ATS-оптимизированного резюме, построение личного бренда в профессиональных сетях) представляют собой доступный и эффективный ресурс для развития навыков самоорганизации, тайм-менеджмента и эффективной коммуникации.

4. Разработанная структурно-функциональная модель, включающая диагностический, целевой, содержательно-технологический и рефлексивно-оценочный этапы, обеспечивает системный подход к формированию навыков самоменеджмента и самопрезентации и может быть рекомендована для внедрения в образовательный процесс педагогических университетов воссоединённых регионов.

Практические рекомендации по внедрению модели адресованы администрации вузов (включение модулей в вариативную часть образовательных программ, создание консультационных пунктов), профессорско-преподавательскому составу (использование кейс-метода и проектных заданий, приглашение успешных специалистов в качестве ролевых моделей), психолого-педагогическим службам и центрам карьеры (проведение регулярной диагностики, индивидуальное и групповое карьерное консультирование, сопровождение при подготовке резюме и портфолио).

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением лонгитюдного эффекта внедрения модели (отслеживание профессиональных траекторий выпускников через 3–5 лет), а также адаптации модели для студентов различных нозологических групп.

Исследование выполнено в рамках государственного задания «Разработка модели построения жизненной перспективы студентами педагогических университетов воссоединённых регионов Российской Федерации» (№ 073-00108-26-01).

References

1. Лукьянова Е. Ю., Попельчук Г. А. Векторы развития карьеры: Кейс-пособие. – Херсон: ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет», 2026. – 306 с.
2. Попельчук Г. А., Мельникова Л. В., Ухова К. А. Особенности организации и проведения психологического консультирования в онлайн-формате (на примере работы центра психологической поддержки системы высшего образования): учебно-методическое пособие. – СПб.: Scientia, 2025. – 176 с.
3. Попельчук Г. А., Блинова Е. Е. Корреляты гражданской идентичности будущих педагогов новых регионов Российской Федерации // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. – 2025. – № 2 (66). – С. 146–154.
4. Попельчук Г. А. Взаимосвязь особенностей медиапотребления и показателей невоплощенности в интернете у студентов (в условиях обучения с применением дистанционных образовательных технологий) // Russian Journal of Education and Psychology. – 2025. – Т. 16, № 5. – С. 420–434.

5. Блинова Е. Е., Попельчук Г. А. Гражданская идентичность в системе ценностей современной молодежи (на примере университетов новых регионов Российской Федерации) // Психолого-педагогический поиск. – 2025. – № 3 (75). – С. 98–109.
6. Лукьянова Е. Ю., Хисматуллина Е. А. Проектно-методический инструментарий формирования гражданской идентичности молодежи: интеграция в образовательное пространство вуза и школы // Современный ученый. – 2025. – № 12. – С. 372–380.
7. Шашкова Н. И., Лукьянова Е. Ю. Методические рекомендации по социальному проектированию для работы со школьниками старших классов (в контексте медиапедагогики). – Херсон: ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет», 2025. – 48 с.
8. Дубровина О. И., Богданова М. В. Представления о карьерной самоэффективности студентов разных форм обучения (на примере направления «психология») // Педагогическое образование в России. – 2019. – № 3. – С. 74–79.
9. Зимбардо Ф., Бойд Дж. Парадокс времени: новая психология времени, которая улучшит вашу жизнь. – СПб.: Речь, 2010. – 352 с.
10. Аллен Д. Getting Things Done: искусство продуктивности без стресса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 368 с.
11. Маслоу А. Мотивация и личность. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.
12. Формирование гражданской идентичности будущих педагогов новых регионов Российской Федерации средствами медиапедагогики: теория, практика, опыт ХГПУ: коллективная монография / Шашкова Н. И., Ратовская С. В., Блинова Е. Е., Попельчук Г. А., Шерман М. И., Чумак Л. В., Хисматуллина Е. А., Лукьянова Е. Ю., Угаров А. В. – Скадовск: Херсонский государственный педагогический университет, 2025. – 396 с.
13. Яндекс Календарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://calendar.yandex.ru> (дата обращения: 10.06.2026).
14. WEEEEK [Электронный ресурс]. – URL: <https://weeeek.net> (дата обращения: 10.06.2026).
15. LeaderTask [Электронный ресурс]. – URL: <https://leadertask.ru> (дата обращения: 10.06.2026).
16. SingularityApp [Электронный ресурс]. – URL: <https://singularity-app.ru> (дата обращения: 10.06.2026).
17. Google Календарь [Электронный ресурс]. – URL: <https://calendar.google.com> (дата обращения: 10.06.2026).

18. Todoist [Электронный ресурс]. – URL: <https://todoist.com> (дата обращения: 10.06.2026).
19. TickTick [Электронный ресурс]. – URL: <https://ticktick.com> (дата обращения: 10.06.2026).
20. Trello [Электронный ресурс]. – URL: <https://trello.com> (дата обращения: 10.06.2026).
21. Notion [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.notion.so> (дата обращения: 10.06.2026).
22. Structured [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.structured.app> (дата обращения: 10.06.2026).
23. Choiceworks [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.beevisual.com> (дата обращения: 10.06.2026).
24. RocketTimer [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.online-stopwatch.com/rocket-timer> (дата обращения: 10.06.2026).

UDC 37.033

Malkova A.A. Event-based format in additional education as a driver of schoolchildren's environmental responsibility

Событийный формат в дополнительном образовании как драйвер экологической ответственности школьников

Malkova Anastasia Andreevna,

teacher-organizer of the State Budgetary Institution of Additional Education «Palace of Children's (Youth) Creativity of the Kirov District of St. Petersburg»

Малкова Анастасия Андреевна,
педагог-организатор Государственного бюджетного учреждения дополнительного образования «Дворец детского (юношеского) творчества Кировского района Санкт-Петербурга»

Abstract. The article substantiates the need to move from informational environmental education to activity-based, emotionally rich forms of work in the system of additional education. It is shown that traditional classes and conversations rarely translate environmental knowledge into real actions. An alternative is a socially significant event – using the example of the district environmental game «Do It Clean» (Kirov district of St. Petersburg). The chosen format (game, competition, joint action), the applied methods (game-based, competitive, practical, project-based) and learning tools (real natural objects, game props, digital tools) are described. Survey data are presented: the share of participants able to sort waste increased from 35% to 82%, and 78% expressed readiness to continue environmental activities. It is concluded that properly chosen format, methods, and tools maintain adolescents' interest, form ecological identity, and comply with strategic documents in the field of additional education of children.

Keywords: environmental education, additional education of children, event-based pedagogy, teaching methods, learning tools, schoolchildren's motivation.

Аннотация. В статье обосновывается необходимость перехода от информационного экологического просвещения к деятельностным, эмоционально насыщенным формам работы в системе дополнительного образования. Показано, что традиционные занятия и беседы редко переводят экологические знания в реальные поступки. Альтернативой выступает социально значимое событие – на примере районной экологической игры «Делай чисто» (Кировский район Санкт-Петербурга). Описаны выбранный формат (игра, соревнование, совместное действие), применяемые методы (игровой, соревновательный, практический, проектный) и средства обучения (реальные объекты природы, игровой реквизит, цифровые инструменты). Приведены данные анкетирования: рост доли участников, умеющих сортировать отходы, с 35% до 82%, готовность продолжать природоохранную деятельность у 78%. Сделан вывод, что правильно подобранные формат, методы и средства удерживают интерес подростков, формируют экологическую идентичность и соответствуют стратегическим документам в сфере дополнительного образования детей.

Ключевые слова: экологическое воспитание, дополнительное образование детей, событийная педагогика, методы обучения, средства обучения, мотивация школьников.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Одна из главных загадок современного воспитания звучит так: почему дети, способные перечислить десяток правил поведения в лесу, тут же бросают фантик на землю? Почему экологические знания так редко переходят в экологические поступки? Исследование показало, что более трёх четвертей младших школьников имеют средний

или низкий уровень экологической воспитанности: правила они знают, но следовать им не готовы [7]. Среди старшеклассников, как выявили авторы, царит ощущение собственного бессилия: «от меня одного всё равно ничего не зависит» [10]. Этот разрыв между знанием и действием – не просто педагогическая неудача, а реальная угроза: если сегодняшние дети не научатся беречь природу, завтра они вырастут в равнодушных потребителей.

Почему же привычные формы работы – кружки, беседы, просмотры фильмов – не дают нужного эффекта? Ответ лежит в самой природе экологического сознания. В классической работе выделены три его компонента: когнитивный (знания), эмоциональный (переживания) и поведенческий (поступки) [4]. Если хотя бы один выпадает, отношение к природе остаётся поверхностным. Традиционная система дополнительного образования хорошо справляется с когнитивным компонентом, но почти не затрагивает эмоциональный и поведенческий в их единстве. Авторы добавляют, что экологическое воспитание нередко сводится к расширению естественнонаучного кругозора, а деятельностный компонент остаётся формальным, сводясь к разовым субботникам без последующей рефлексии [5]. Международные исследования подтверждают эту закономерность: ещё три десятилетия назад было показано, что ключевую роль играют не знания сами по себе, а «переменные ответственности» – вера в свою эффективность и личный опыт участия в реальных проектах [13]. На национальной выборке США установлено, что полевые выезды с практическими заданиями дают значительно более высокие и устойчивые результаты, чем занятия в учебном кабинете [14].

Значит, необходим иной формат – такой, который задействует все три компонента одновременно. В педагогике его называют событием. По мысли В.И. Слободчикова, событие – это «со-бытие», совместное бытие, меняющее всех участников. Оно уникально, эмоционально заряжено, неповторимо. Если наполнить его социально значимым содержанием (реальной помощью природе), возникает мощный воспитательный эффект. Именно на этой логике построен проект «Делай чисто», который с 2022 года реализуется на базе Дворца детского (юношеского) творчества Кировского района Санкт-Петербурга. Кратко его устройство таково: весной в парке «Александрово» собираются команды школьников. Младшие (3–4 классы) проходят экологический квест с заданиями на сортировку отходов и изготовление кормушек. Старшие (7–10 классы) соревнуются – кто быстрее и правильнее соберёт и рассортирует мусор. Затем все вместе участвуют в мастер-классах от партнёров (движение «Раздельный сбор», проект «Крышечки ДоброТы»). День завершается награждением и вручением подарков. Однако главное здесь – не механика, а

осознанный выбор формата, методов и средств, который и обеспечивает педагогическую эффективность.

Почему выбран именно игровой, соревновательный, событийный формат? Теория самодетерминации даёт чёткое объяснение: у каждого человека есть три базовые психологические потребности – в автономии (я сам выбираю), в компетентности (у меня получается) и в связанности с другими (мы вместе) [12]. Традиционное занятие в учреждении дополнительного образования удовлетворяет эти потребности лишь частично. Игровой формат снижает страх ошибки – в игре ошибаться не страшно, поэтому дети пробуют, экспериментируют, усваивают материал быстрее. Соревновательный элемент создаёт здоровый вызов, который резко повышает вовлечённость: по данным дидактики, в игре запоминается до 90% информации против 20% при лекции. Событийный элемент (редкость, праздничность, фото- и видеосъёмка, публичное награждение) создаёт эмоциональный пик, который «заякоривает» переживание в долговременной памяти. В результате внешняя мотивация («надо, потому что сказал педагог») уступает место внутренней («я хочу, мне это нравится, я вижу в этом смысл»). А внутренняя мотивация, как показывают многочисленные исследования [12; 14], ведёт к устойчивому про-экологическому поведению, сохраняющемуся и после исчезновения внешних стимулов.

Какие методы обучения задействованы в проекте и почему именно они? Их можно назвать конвергенцией нескольких подходов. Игровой метод лежит в основе квеста: дети не замечают, что их учат, они просто проходят станции, получают баллы, соревнуются. Соревновательный метод используется в состязании по сбору мусора для старших – это не просто уборка, а борьба за первенство, которая активизирует резервные возможности личности и учит работать в команде на скорость и качество. Практический метод (метод упражнений) проявляется в том, что дети не слушают рассказ о сортировке, а сами раскладывают мусор по мешкам; они не заучивают инструкцию по изготовлению кормушки, а берут ножницы и пластиковую бутылку и делают. Метод проектов реализуется через подготовку команды, распределение ролей, выполнение задания и презентацию результата (сданный мусор, готовая кормушка). Метод стимулирования (поощрения) – награждение, подарки, публичное признание – связывает положительные эмоции с экологической деятельностью по механизму условного рефлекса. Все эти методы реализуются не изолированно, а во взаимодополнении, создавая синергетический эффект, который многократно усиливает результат [3].

Не менее важен выбор средств обучения. Они делятся на материальные и цифровые. К материальным относятся, во-первых, реальные объекты природы – сам

парк, деревья, птицы, мусор. Это лучшие наглядные пособия, с которыми дети взаимодействуют напрямую, а не через картинку в учебнике. Во-вторых, игровой реквизит: маршрутные листы, карточки с заданиями, муляжи отходов для тренировки сортировки, перчатки, мешки, весы для взвешивания. В-третьих, расходные материалы для творчества: пластиковые бутылки, коробки, верёвки – всё, из чего делаются кормушки. В-четвертых, полиграфические средства: буклеты с картой эко-точек района, наклейки, бланки сертификатов, баннеры для фотозоны. К цифровым средствам относятся, во-первых, социальные сети (группы ВКонтакте «Навигаторы детства», «Школьное добровольчество», официальная страница Дворца творчества), где публикуются анонсы, посты-напоминания, видеоотчёты. Это создаёт «эффект ожидания» и расширяет охват. Во-вторых, электронные средства регистрации (Яндекс-формы) для сбора заявок и последующей аналитики. В-третьих, фото- и видеоаппаратура для съёмки события – визуальный контент затем работает как мощный мотиватор для будущих участников. Выбор именно этих средств продиктован необходимостью максимальной наглядности, доступности и эмоциональной привлекательности.

Почему такой комплекс форматов, методов и средств критически важен именно для экологического воспитания? Потому что экологическая культура носит ярко выраженный аксиологический характер: она включает не только знания, но и систему ценностей, в которой природа выступает как самоценность [1]. Экологическая культура не может быть сформирована только вербально – она требует соприкосновения с реальностью, личного переживания [2]. Ребёнок должен увидеть мусор своими глазами, почувствовать усталость после уборки, испытать радость от победы в соревновании – только тогда экология перестанет быть абстрактной теорией и станет частью его жизни. Именно это и обеспечивает проект «Делай чисто».

Каковы же результаты? Данные анонимного анкетирования 280 участников 2025 года, обработанные командой проекта, впечатляют. Доля школьников, способных правильно определить маркировку пластика (например, отличить PET от HDPE), выросла с 35% до 82% – то есть не просто «что-то слышали», а могут применить знания на практике. Доля тех, кто считает раздельный сбор мусора бессмысленным (потому что «всё равно всё везут на один полигон»), упала с 42% до 24%. Самое же важное: 78% участников заявили, что готовы и впредь участвовать в экологических акциях и сдавать вторсырьё, тогда как до игры таких было только 33%. Три четверти подростков, ещё утром считавших, что от них ничего не зависит, после одного дня игры изменили своё убеждение. Это не просто рост знаний – это сдвиг в ценностной сфере, формирование экологической идентичности: человек начинает воспринимать себя как того, кто

заботится о природе. Такая идентичность, однажды возникнув, влияет на всю дальнейшую жизнь – от выбора товаров в магазине до гражданской позиции.

Значимость проекта для системы дополнительного образования детей выходит далеко за рамки одного района. Он полностью соответствует ключевым стратегическим документам. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года в качестве приоритетов называет «обновление содержания и методов обучения», «развитие социально значимой деятельности детей» и «формирование экологической культуры» [8]. Проект «Делай чисто» – прямая реализация этих задач. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года выделяет экологическое воспитание как отдельный блок, подчёркивая его деятельностный характер [11]. Проект предлагает именно такую модель деятельности. Наконец, профессиональный стандарт педагога дополнительного образования детей и взрослых требует от специалиста умения «организовывать досуговую и социально значимую деятельность обучающихся», «разрабатывать и реализовывать современные формы организации деятельности» [9]. Событийный подход, игровые и соревновательные методы, описанные выше, – это именно такая современная форма, отвечающая требованиям профстандарта.

Важнейший урок, который выносит система дополнительного образования из этого опыта: формат, методы и средства не менее важны, чем содержание. Можно провести «мероприятие» по уборке территории – скучное, обязаловочное, – и получить обратный эффект: дети возненавидят уборки на всю жизнь. А можно превратить уборку в игру, добавить соревнование, яркие подарки, интересных партнёров – и те же самые действия принесут радость и сформируют привычку.

Наконец, нельзя игнорировать долгосрочный эффект для общества. Школьник, который однажды испытал радость от того, что сделал природу чище, с высокой вероятностью вырастет во взрослого, который не пройдёт мимо брошенной бумажки, который будет требовать от чиновников нормальной системы раздельного сбора, который сам научит своих детей. Экологическое воспитание в системе дополнительного образования – это инвестиция в экологическую культуру всей страны на десятилетия вперёд. И делать эти инвестиции нужно не скучными нотациями, а живыми, яркими, увлекательными событиями с использованием адекватных методов и средств. Потому что только через действие, через эмоцию, через «мы вместе» рождается настоящее ответственное отношение к окружающим, своей малой Родине, к своей стране.

References

1. Алексеев С.В. Гуманитарное измерение экологической культуры человека: экогуманитарный подход // Экопоэзис: экогуманитарные теория и практика. 2020. Т. 1. № 1.
2. Глазачев С.Н. Экологическая культура в международной парадигме развития // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Педагогика и психология. 2012. № 1. С. 8–15.
3. Гришаева Ю.М., Теремов А.В., Гончаров М.А., Аргунова М.В. Научно-методические аспекты экологического образования школьников (на примере системы дополнительного экологического образования) // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 9. Вып. 9. С. 892–900.
4. Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Экологическая педагогика и психология. Ростов-на-Дону : Феникс, 1996. 480 с.
5. Дзятковская Е.Н., Захлебный А.Н. О проблеме адекватности содержания экологического образования планируемому результату // Вестник РАО. 2014. № 4. С. 38–44.
6. Дзятковская Е.Н., Захлебный А.Н. Концепция общего экологического образования для устойчивого развития. М. : Институт стратегии развития образования РАО, 2010. 48 с.
7. Иванова Е.В., Петров А.С. Оценка уровня сформированности экологической культуры младших школьников [Электронный ресурс] // Мир науки. 2023. Т. 11. № 2. С. 05PDMN223. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/05PDMN223.pdf>
8. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года : утв. распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р. М., 2022.
9. Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых» : утв. приказом Минтруда России от 22.09.2021 № 652н. М., 2021.
10. Смирнова О.Н., Козлов Д.А. Анализ уровня готовности обучающихся участвовать в добровольческой экологической деятельности [Электронный ресурс] // Стрежень: научный журнал. 2024. № 3. С. 45–52. URL: <http://strizh-vspu.ru/files/publics/1712657611.pdf>
11. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года : утв. распоряжением Правительства РФ от 29.05.2015 № 996-р. М., 2015.
12. Deci E.L., Ryan R.M. Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being // American Psychologist. 2000. Vol. 55. No. 1. P. 68–78.
13. Hungerford H.R., Volk T.L. Changing Learner Behavior Through Environmental Education // The Journal of Environmental Education. 1990. Vol. 21. No. 3. P. 8–21.
14. Stern M.J., Powell R.B., Ardoin N.M. Which Approaches Are Associated with Better Outcomes? Evidence from a National Study of Environmental Education Field Trip Programs for Adolescent Youth in the United States // Environmental Education Research. 2023. Vol. 29. No. 3. P. 331–356.

UDC 378.147

Stolbov P.V., Protasova L.A. Transformation of the competence model of a construction university graduate in the digital economy

Трансформация компетентностной модели выпускника строительного вуза в условиях цифровой экономики

Stolbov Pavel Valerievich,

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Department of Mathematics, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering,

Protasova Lyudmila Anatolyevna,

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Mathematics, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering, Nizhny Novgorod

Столбов Павел Валерьевич,

Кандидат психологических наук, доцент кафедры математики Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,

Протасова Людмила Анатольевна,

Кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой математики ННГАСУ г. Нижний Новгород

Abstract. *The aim of the study is to provide a theoretical justification for the transformation of the competence model of a graduate of a construction university under the influence of the digital economy. The results of the study show that the current competence model does not fully reflect the requirements of employers in the construction industry in the context of large-scale digitalization. An updated three-block structure of the graduate competence model is proposed, including digital, project-analytical, and managerial-communicative blocks. The authors conclude that it is necessary to systematically integrate digital competencies into the educational standards of construction specialties and review the logic of interaction between universities and industry employers.*

Keywords: *competence model, digital economy, construction education, digital competencies, professional standard, BIM technologies, transformation of education.*

Аннотация. Цель исследования состоит в теоретическом обосновании трансформации компетентностной модели выпускника строительного вуза под влиянием цифровой экономики. Результаты исследования показывают, что действующая компетентностная модель не в полной мере отражает требования работодателей строительной отрасли в условиях масштабной цифровизации. Предложена обновлённая трёхблочная структура компетентностной модели выпускника, включающая цифровой, проектно-аналитический и управленческо-коммуникативный блоки. Авторами сделан вывод о необходимости системной интеграции цифровых компетенций в образовательные стандарты строительных специальностей и пересмотра логики взаимодействия вузов с отраслевыми работодателями.

Ключевые слова: компетентностная модель, цифровая экономика, строительное образование, цифровые компетенции, профессиональный стандарт, BIM-технологии, трансформация образования.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение

Строительная отрасль переживает один из наиболее глубоких технологических сдвигов за последние десятилетия. Широкое распространение технологий информационного моделирования (BIM), интеграция интернета вещей в строительный контроль, развитие концепции цифрового двойника объекта, внедрение искусственного интеллекта в проектирование несущих конструкций – всё это кардинально меняет облик

профессиональной деятельности инженера-строителя.

Согласно Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства «Стройкомплекс.РФ» до 2030 года, к указанному сроку не менее 80% объектов капитального строительства, финансируемых с государственным участием, должны проектироваться и возводиться с применением технологий информационного моделирования [1].

Столь масштабный переход, разумеется, невозможен без соответствующей трансформации системы профессиональной подготовки.

Актуальность настоящего исследования определяется, однако, не только технологическими изменениями как таковыми, но и концептуальным разрывом, образовавшимся между действующими образовательными стандартами и реальными запросами рынка труда. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению 08.03.01 «Строительство» (приказ Минобрнауки России № 1010 от 31.07.2020) закрепляет перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, однако данный перечень в недостаточной мере учитывает специфику цифровой экономики и практику применения технологий информационного моделирования [2].

Теоретической базой исследования послужили труды И.А. Зимней, разработавшей концепцию ключевых образовательных компетенций [3], А.В. Хуторского, обосновавшего структуру образовательных компетенций в контексте деятельностного подхода [4], Л. А. Протасова, П. В. Столбов, системно исследовавшего компетентностный подход к проектированию образовательных стандартов высшей школы [5], а также Е. А. Костина, Г. С. Акыбаева, М. З. Сейдина, Т. В. Микляева в части формирования и оценивания компетенций в образовательном процессе [6].

Цель исследования – теоретически обосновать и описать трансформацию компетентностной модели выпускника строительного вуза применительно к условиям цифровой экономики.

Научная новизна исследования состоит в разработке авторской концепции трансформированной компетентностной модели выпускника строительного вуза, системно учитывающей цифровые вызовы и интегрирующей технологические, управленческие и аналитические составляющие профессиональной деятельности в единую структуру.

Теоретическая значимость работы определяется вкладом в развитие педагогической теории проектирования результатов образования в условиях четвёртой промышленной революции.

Практическая значимость заключается в том, что предлагаемая модель может

быть непосредственно использована при обновлении ФГОС ВО, разработке основных профессиональных образовательных программ (ОПОП) и профессиональных стандартов строительных специальностей.

Материалы и методы исследования

Документальную и информационную базу исследования составили:

- Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [7];
- Концепция технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года [8];
- Стратегия развития строительной отрасли [1];
- действующий ФГОС ВО по направлению 08.03.01 «Строительство» [2];
- профессиональные стандарты в области строительства и проектирования, аналитические материалы Национального объединения строителей (НОСТРОЙ),
- отечественные публикации по проблематике компетентного подхода в инженерном образовании.

Методологическую основу составляет системный подход, рассматривающий компетентностную модель как целостную открытую систему, которая находится в постоянном взаимодействии с социально-экономической средой и трансформируется под влиянием её требований. Деятельностный подход применялся при анализе компетенций через призму реальных профессиональных задач, решаемых специалистами строительной отрасли в условиях цифровизации.

В качестве конкретных методов использованы:

- теоретический анализ и синтез научной литературы;
- компаративный анализ образовательных стандартов российских строительных вузов;
- контент-анализ нормативно-правовых документов;
- метод теоретической классификации при структурировании компетентностных блоков;
- теоретическое моделирование при разработке итоговой структуры модели.

При определении состава цифровых компетенций принимались во внимание положения европейской рамки цифровых компетенций DigComp 2.2, адаптированные применительно к специфике российского строительного образования.

Результаты и обсуждение

Анализ нормативных документов и научной литературы позволяет констатировать, что традиционная компетентностная модель выпускника строительного вуза формировалась преимущественно в логике «знание – умение – навык». Это

происходит применительно к проектированию конструкций, организации строительных работ и управлению строительным производством.

Цифровая трансформация отрасли порождает принципиально иную конфигурацию профессиональных требований, которая не может быть описана в рамках прежней логики без её существенного переосмысления.

Таблица 1

Сравнение традиционной и трансформированной компетентностных моделей
 выпускника строительного вуза

Компонент модели	Традиционная модель	Трансформированная модель
Ключевые технологии	Автоматизированное проектирование (CAD)	BIM, цифровые двойники, IoT в строительстве
Аналитические навыки	Расчёт конструкций по нормативам	Работа с большими данными, предиктивная аналитика
Управленческие компетенции	Линейное управление строительным проектом	Agile, гибкое управление в цифровой среде
Коммуникативные компетенции	Профессиональная документация (бумажный документооборот)	Цифровая коммуникация, совместная работа в BIM-среде
Правовая грамотность	Градостроительный кодекс, СП, СНиП	Регулирование ТИМ, законодательство о цифровых данных
Экологическая составляющая	Экологическая экспертиза проекта	«Зелёное» строительство, BIM-моделирование жизненного цикла

Как следует из данных таблицы 1, трансформация затрагивает все уровни компетентностной модели – от технологического до ценностно-нормативного. Речь идёт не о механическом добавлении цифровых дисциплин к действующему учебному плану, а о переосмыслении самой логики профессиональной деятельности выпускника.

Предлагаемая нами обновлённая компетентностная модель включает 3 ключевых блока.

- Первый – «цифровой блок». Охватывающий компетенции в области информационного моделирования зданий (BIM), управления цифровыми данными строительного проекта, работы с геоинформационными системами, применения систем автоматизированного управления строительством.
- Второй – «проектно-аналитический блок». Включающий компетенции в области предиктивного анализа рисков, управления жизненным циклом объекта, использования методов искусственного интеллекта для оптимизации строительных решений.
- Третий – «управленческо-коммуникативный блок». Предполагающий освоение методологий гибкого управления проектами, навыков кросс-функционального

взаимодействия в цифровой среде и компетенций в сфере правового регулирования технологий информационного моделирования.

Таблица 2

Структура цифрового блока компетентностной модели выпускника строительного вуза

Компетенция	Содержательное наполнение	Уровень освоения
Информационное моделирование	Разработка и координация BIM-модели, работа в среде общих данных (CDE)	Профессиональный
Цифровой анализ данных	Обработка данных строительного мониторинга, работа с BI-инструментами	Базовый– профессиональный
Геоинформационные системы	Топографический анализ, работа с ГИС-платформами при выборе площадки	Базовый
Цифровое управление строительством	Применение систем ERP и MES в управлении строительным производством	Базовый
Технологии IoT	Мониторинг конструкций и строительных процессов через датчики и сенсоры	Ознакомительный– базовый
Искусственный интеллект	Применение нейросетевых инструментов для оптимизации проектных решений	Ознакомительный

Данные таблицы 2 позволяют, на наш взгляд, зафиксировать дифференцированность цифрового блока по уровням освоения – от ознакомительного до профессионального.

Подобная дифференциация принципиально важна. Поскольку попытки формировать все цифровые компетенции на профессиональном уровне в условиях ограниченного учебного времени практически обречены на неудачу. Рациональнее сосредоточить глубокую подготовку на BIM-компетенциях как ключевых для строительной профессии, тогда как смежные области:

- искусственный интеллект;
- IoT;
- геоинформационные системы.

Могут осваиваться на базовом или ознакомительном уровне в бакалавриате с последующим углублением в магистратуре.

Отдельного внимания заслуживает вопрос о соотношении цифровых компетенций с традиционными профессиональными. Ряд исследователей придерживается позиции, согласно которой цифровые инструменты носят вспомогательный характер по отношению к инженерному содержанию профессии. Не должны занимать центральное место в компетентностной модели [11].

Эта позиция вполне понятна и отчасти обоснована: инженер-строитель, великолепно владеющий BIM-программами, но не понимающий несущей способности железобетонной конструкции, остаётся профессионально несостоятельным.

Тем не менее, данный аргумент не отменяет необходимости системной цифровой

подготовки. Он лишь указывает на то, что цифровые и фундаментальные инженерные компетенции должны развиваться взаимосвязанно, а не по отдельности.

Показательно, что крупнейшие строительные компании России[^]

- ГК «Самолёт»\$
- ГК «ПИК»\$
- ГК «Эталон».

В своих корпоративных требованиях к кандидатам на инженерные позиции в последние 3–4 года всё настойчивее указывают на владение BIM как обязательное, а не желательное условие трудоустройства. Это свидетельствует о том, что разрыв между образовательными стандартами и запросами работодателей имеет уже не академическое, а вполне практическое измерение.

Важно также учитывать, что трансформация компетентностной модели не ограничивается содержательным обновлением перечня компетенций. Не менее значимой является трансформация оценочного инструментария. Традиционные экзамены и зачёты плохо приспособлены для диагностики компетенций, связанных с работой в цифровой среде. Адекватными форматами оценивания в данном случае служат, в частности,

- защита командных BIM-проектов с анализом реальных объектов;
- кейс-задания с использованием цифровых платформ;
- аттестация по профессиональным стандартам НОСТРОЙ в области технологий информационного моделирования.

Интеграция подобных форматов в систему текущего и промежуточного контроля составляет, по существу, самостоятельную педагогическую задачу, тесно связанную с трансформацией компетентностной модели.

Выводы

Проведённое теоретическое исследование позволяет сформулировать ряд концептуальных выводов.

Предложенная в настоящем исследован трёхблочная структура:

- Цифровой блок;
- Проектно-аналитический блок;
- Управленческо-коммуникативный блок.

Может служить концептуальной основой для обновления ОПОП строительных специальностей и разработки соответствующих профессиональных стандартов. Дифференциация уровней освоения компетенций в рамках блоков позволяет рационально распределить учебную нагрузку и сосредоточить углублённую подготовку на ключевых направлениях. Речь прежде всего идет о технологиях информационного

моделирования.

Устойчивое обновление компетентностной модели возможно лишь при условии постоянного взаимодействия вузов и отраслевых работодателей:

- совместной разработки образовательных программ,
- привлечения практиков к образовательному процессу
- создания механизмов мониторинга востребованности выпускников.

Без этого любая, даже теоретически безупречная модель рискует устареть прежде, чем будет полноценно реализована.

References

1. Стратегия развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2035 года: утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.10.2022 № 3268-р. – URL: <http://government.ru/docs/47024/> (дата обращения: 04.07.2026).
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 08.03.01 «Строительство» (уровень бакалавриата): утверждён приказом Минобрнауки России от 31.07.2020 № 1010. – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-08-03-01-stroitelstvo-481/> (дата обращения: 01.07.2026).
3. Попов В.С., Абросимова-Романова Л.А., Ключевые, основные и социальные компетенции и компетентности в подходе И. А. Зимней: проблема классификации // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2025. №2 (47). – С. 174-178.
4. Фортова, Л. К. Инновационные технологии как средство формирования ключевых компетенций у обучающихся / Л. К. Фортова, М. И. Сатарова // Глобальный научный потенциал. – 2024. – № 5(158). – С. 66-68.
5. Протасова, Л. А. Компетентностная модель выпускника архитектурно-строительного ВУЗа / Л. А. Протасова, П. В. Столбов // Казачество. – 2024. – № 79(6). – С. 179-186.
6. Цифровой профиль компетентностной модели выпускника вуза / Е. А. Костина, Г. С. Акыбаева, М. З. Сейдина, Т. В. Микляева // Вестник Карагандинского университета. Серия: Педагогика. – 2024. – № 2(114). – С. 37-47.
7. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»: утверждена протоколом заседания Президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам от 04.06.2019 № 7. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 04.07.2026).
8. Концепция технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года: утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р. – URL: <http://government.ru/docs/48425/> (дата обращения: 04.07.2026).

UDC 338.001.36

Zakharova S.G., Lapshina E.N., Abboud H.Y. Training areas and regional concentration of foreign students in Russia

Направления подготовки и региональная концентрация иностранных студентов в России

Zakharova S.G.

Ph.D., Associate Professor of Management and Public Administration Nizhny Novgorod state University named after N.I. Lobachevsky
Nizhny Novgorod, Russia

Lapshina Ekaterina Nikolaevna

Director of the Business Incubator, National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Abboud Hassan Youssef

graduate student of Management and Public Administration Nizhny Novgorod state University named after N.I. Lobachevsky
Nizhny Novgorod, Russia

Захарова Светлана Германовна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента и государственного управления Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Лапшина Екатерина Николаевна

Директор бизнес-инкубатора,

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аббуд Хасан Юсеф

аспирант кафедры менеджмента и государственного управления Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Abstract. The article examines two interrelated dimensions of international student inflow to Russia: the distribution of foreign students across fields of study and their spatial concentration in major university centres. The aim of the study is to identify the structural features of demand for Russian higher education and the factors that support the sustainability of education export. The empirical basis includes statistical and analytical materials for 2024. The results show that medicine, engineering and technology, as well as economics and management remain the most demanded programmes and together account for more than half of international enrolment. The regional analysis reveals a high concentration of foreign students in Moscow, Saint Petersburg, Kazan, and Nizhny Novgorod. The paper concludes that the competitiveness of Russian higher education is shaped not only by academic quality, but also by the urban environment, adaptation infrastructure, regional cultural capital, and the international reputation of universities. The practical value of the study lies in the possibility of applying these findings to recruitment policies, student support services, and regional strategies for promoting Russian education in external markets.

Keywords: fields of study, international students, education export, university cities, regional concentration, cultural adaptation.

Аннотация. В статье рассмотрены два взаимосвязанных параметра международного студенческого притока в Россию - распределение иностранных студентов по направлениям подготовки и их пространственная концентрация в крупнейших университетских центрах. Цель исследования заключается в выявлении структурных особенностей спроса на российское высшее образование и определении факторов, формирующих устойчивость образовательного экспорта. Эмпирической базой послужили статистические и аналитические материалы по состоянию на 2024 г. Установлено, что наибольший спрос сохраняется на медицинские, инженерно-технологические и экономико-управленческие программы, совокупно аккумулирующие более половины

международного контингента. Региональный анализ показывает высокую концентрацию иностранных студентов в Москве, Санкт-Петербурге, Казани и Нижнем Новгороде. Сделан вывод о том, что конкурентоспособность российского высшего образования определяется не только академическим содержанием программ, но и качеством городской среды, инфраструктурой адаптации, культурным капиталом региона и международной репутацией вузов. Практическая значимость исследования связана с возможностью использования полученных результатов при проектировании политики набора, адаптационных сервисов и региональных стратегий продвижения российского образования на внешних рынках.

Ключевые слова: *направления подготовки, иностранные студенты, экспорт образования, университетские города, региональная концентрация, культурная адаптация.*

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение

В условиях глобализации высшее образование выступает не только инструментом подготовки кадров, но и важным каналом гуманитарного влияния, академической мобильности и международного позиционирования государства. Для оценки устойчивости российского образовательного экспорта недостаточно учитывать только общий объем иностранных студентов. Не менее важно понимать, какие образовательные программы являются наиболее востребованными и в каких университетских центрах сосредоточен основной международный контингент.

Анализ направлений подготовки и пространственной концентрации позволяет перейти от общего описания динамики притока к выявлению реальной структуры спроса. Именно эти параметры показывают, какие сегменты российского высшего образования обладают наибольшей международной конкурентоспособностью, а также какие города выступают базовыми точками притяжения для иностранных обучающихся. В этом смысле исследование одновременно затрагивает академические, институциональные и региональные аспекты развития международной деятельности университетов.

Цель статьи - определить ведущие направления подготовки, наиболее востребованные иностранными студентами в России, и охарактеризовать региональную концентрацию этого контингента в ключевых образовательных центрах. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: 1) проанализировать структуру распределения иностранных студентов по направлениям подготовки; 2) оценить пространственное распределение контингента по университетским городам; 3) выявить факторы, объясняющие устойчивость сложившейся структуры спроса.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составляют структурный анализ, сравнительный подход и обобщение открытых статистических и аналитических

материалов, посвященных экспорту российского образования, адаптации иностранных студентов и региональным особенностям университетской среды [3; 4; 7; 11]. Эмпирическая база сформирована на основе сведений о распределении международного контингента по направлениям подготовки и ключевым образовательным центрам по состоянию на 2024 г.

В работе используются два аналитических среза. Первый отражает отраслевую структуру спроса и позволяет выявить, какие направления подготовки выступают ядром международной привлекательности российских вузов. Второй характеризует региональную концентрацию, то есть распределение иностранного контингента между крупнейшими университетскими центрами. Такое сочетание показателей дает возможность оценить не только академический профиль спроса, но и территориальную организацию международной студенческой мобильности.

Ограничением исследования является использование агрегированных данных, которые позволяют надежно выявить общие структурные тенденции, но не дают возможности проследить различия между отдельными университетами внутри одного города. Тем не менее такой уровень анализа является достаточным для формулирования выводов о приоритетных направлениях подготовки и опорных пространственных центрах экспорта образования.

Результаты исследования

1. Структура спроса по направлениям подготовки

Структурный анализ показывает, что в 2024 г. лидировали медицина (19,5%), инженерия и технологии (19,3%), экономика и управление (15,4%). Далее следовали педагогические науки (8,0%), информатика и вычислительная техника (7,0%), политология и регионоведение (5,0%), языкознание и литературоведение (5,0%), а также сельское хозяйство (2,8%). На категорию «прочие» приходилось 18,0% международного контингента. Таким образом, более половины иностранных студентов сосредоточены в трех образовательных блоках - медицинском, инженерно-технологическом и экономико-управленческом.

Такая структура не является случайной. Медицинские специальности сохраняют устойчивый спрос благодаря сочетанию сравнительно доступной стоимости обучения, признанности российских дипломов в ряде стран и высокой прикладной ценности получаемой квалификации. Инженерно-технологическое направление опирается на сильные позиции российской технической школы и сохраняющийся интерес к инженерным компетенциям на рынках труда стран происхождения студентов. Экономика и управление, в свою очередь, обладают универсальной профессиональной

применимостью и потому востребованы в широком спектре национальных контекстов [4; 6; 7].

Таблица 1.

Распределение иностранных студентов по направлениям подготовки (2024 г.)

Направление подготовки	Численность, тыс. чел.	Доля, %
Медицина	76,0	19,5
Инженерия и технологии	75,0	19,3
Экономика и управление	60,0	15,4
Педагогические науки	31,0	8,0
Информатика и ВТ	27,2	7,0
Политология и регионоведение	19,5	5,0
Языкознание и литературоведение	19,5	5,0
Сельское хозяйство	11,0	2,8
Прочие	69,8	18,0

Распределение иностранных студентов по направлениям подготовки, 2024 г.

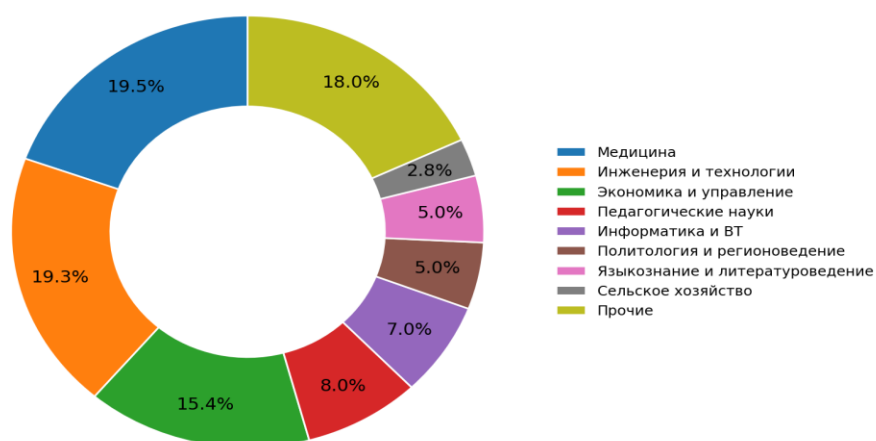


Рис. 1. Распределение иностранных студентов по направлениям подготовки, 2024 г.

Полученные результаты свидетельствуют о выраженной прикладной направленности международного спроса. Гуманитарные и исследовательские треки заметно уступают лидерам, что указывает на необходимость дальнейшей диверсификации образовательного экспорта. Для расширения международного присутствия российских вузов важно не только укреплять традиционно сильные

направления, но и продвигать цифровые, междисциплинарные и исследовательские программы, способные привлечь новые категории обучающихся.

2. Региональная концентрация иностранных студентов

Региональное распределение иностранных студентов также носит выражено концентрированный характер. На Москву приходится 35% совокупного контингента, на Санкт-Петербург - 15%, на Казань - 8%, на Нижний Новгород - 5%; остальные города аккумулируют 37%. Несмотря на то что часть статистики агрегируется по ведущим центрам, общая логика распределения очевидна: иностранные обучающиеся тяготеют к крупным академическим узлам, в которых сочетаются известные университеты, развитая инфраструктура и насыщенная культурная среда.

Москва выступает главным полюсом притяжения за счет масштаба образовательного предложения, широты международных связей и высокой узнаваемости российских вузов на внешних рынках. Санкт-Петербург усиливает конкурентоспособность благодаря культурному капиталу и репутации интеллектуального центра. Казань представляет интерес как пространство межкультурного взаимодействия и успешный пример соединения федерального университета с сильной городской идентичностью. Нижний Новгород занимает более скромную долю, однако его значение возрастает в связи с развитием инженерного образования, промышленной кооперации и региональных практик адаптации иностранных студентов [2; 8; 11].



Рис. 2. Доля иностранных студентов в ключевых образовательных центрах

Обсуждение результатов

Сопоставление отраслевой и региональной структуры показывает, что международная привлекательность российского высшего образования формируется на пересечении двух групп факторов. Первая группа связана с качеством и прикладной востребованностью образовательных программ; вторая - с условиями повседневной жизни в принимающем городе, доступностью адаптационных сервисов, культурной открытостью среды и репутационным капиталом университета.

Следовательно, борьба за иностранного студента разворачивается не только между отдельными образовательными программами, но и между университетскими городами. Это означает, что политика привлечения должна быть двууровневой. На уровне вуза требуется укрепление сильных направлений подготовки, развитие англоязычных модулей, сервисов сопровождения и механизмов академической интеграции. На уровне региона необходимо формировать узнаваемый образ города как безопасного, комфортного и культурно насыщенного пространства для учебы и профессионального старта.

Практически это предполагает развитие центров адаптации, сопровождение учебной и внеучебной интеграции, поддержку международных студенческих сообществ и продвижение локальных преимуществ региона на внешних образовательных рынках. Только сочетание академического качества и благоприятной городской среды способно снизить сверхконцентрацию международного контингента в нескольких мегаполисах и перераспределить часть спроса в пользу перспективных региональных центров.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать несколько выводов. Во-первых, международный спрос на российское высшее образование в значительной степени сосредоточен в прикладных и профессионально ориентированных областях, среди которых лидируют медицина, инженерия и технологии, экономика и управление. Во-вторых, пространственная организация международного контингента характеризуется высокой концентрацией в крупных университетских центрах, прежде всего в Москве и Санкт-Петербурге, а также в ряде сильных региональных узлов.

В-третьих, устойчивость международного притока определяется не только содержанием образовательных программ, но и совокупностью внеакадемических факторов: качеством городской среды, возможностями культурной и социальной адаптации, доступом к сообществам и репутацией региона. Следовательно, дальнейшее развитие экспорта образования должно опираться на сочетание академической

конкурентоспособности, адресной политики набора и региональных стратегий поддержки иностранных студентов.

Полученные результаты могут быть использованы при планировании международной деятельности университетов, совершенствовании механизмов адаптации иностранных обучающихся и формировании региональных моделей продвижения российского высшего образования.

References

1. Аникина Ю. А. Межкультурные аспекты высшего образования в США // Социализация, адаптация и межкультурная коммуникация подрастающих поколений в России и за рубежом. Красноярск, 2015. С. 119-123.
2. Вершинина А. О., Складорова В. Е. Анализ культурного обмена между российскими и иностранными студентами // Культурологические чтения - 2022. Екатеринбург, 2022. С. 270-274.
3. Журавлева Л. А., Зарубина Е. В., Ручкин А. В. и др. Культурная адаптация иностранных студентов в российских вузах // Образование и право. 2021. № 12. С. 198-203. DOI 10.25688/2076-1503-2021-12-198-203.
4. Образование в цифрах: 2023 : краткий статистический сборник / Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг, О. К. Озерова и др.; НИУ ВШЭ. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2023. 132 с.
5. Обучение в России для иностранцев: все, что нужно знать // Российская газета. 12.03.2024.
6. Иностранные студенты в России: куда и как можно поступить // Vuzopedia. 28.11.2024.
7. Хамуратова Ж. В., Плешакова М. В. Экспорт образования как фактор экономического роста в России в условиях глобализации // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. 2023. № 4(38). С. 8-15. DOI 10.25688/2312-6647.2023.38.4.01.
8. Иностранные студенты о Казани: «Невероятно красивый город, но самая главная ценность - это люди» // Официальный портал мэрии г. Казани.
9. Крупнейшие вузы России: анализируем востребованность российских университетов // Независимая газета. 16.04.2024.
10. Опыт российских вузов по вовлечению иностранных студентов в добровольческую деятельность. М.: Минобрнауки России, 2022.

JURISPRUDENCE AND LAW

UDC 34

Bondareva E.M., Shumilina A.B. The concept of non-profit organizations and their different features in the legislation of the Russian Federation

Понятие некоммерческих организаций и их отличительные признаки в законодательстве российской федерации

Bondareva Elizaveta Mikhailovna

student

1st year, Faculty of Magistracy Department
Don State Technical University

Shumilina Anastasia Borisovna,

Candidate of Legal Sciences,
Associate Professor of the Department of Commercial and Business Law
Don State Technical University

Бондарева Елизавета Михайловна
студент

1 курс, факультет «Отдел магистратуры»
Донской государственный технический университет
Научный руководитель

Шумилина Анастасия Борисовна, кандидат юридических наук, доцент кафедры
«Коммерческое и предпринимательское право»
Донской государственный технический университет

Abstract. This article explores the concept of non-profit organizations and analyzes various approaches to defining them. The article provides a detailed analysis of the features that distinguish non-profit organizations from commercial organizations, as well as the definitions of «entrepreneurial activity» and «income-generating activity» for non-profit organizations.

Keywords: non-profit organizations, organizations, entrepreneurial activities, and income-generating activities.

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие некоммерческих организаций и анализируются различные подходы к определению некоммерческих организаций. Подробно рассматриваются признаки, позволяющие отличить некоммерческие организации от коммерческих организаций, рассматриваются определения понятий «предпринимательская деятельность» и «приносящая доход деятельность» некоммерческих организаций.

Ключевые слова: некоммерческие организации, организации, предпринимательская деятельность, приносящая доход деятельность.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Значимость выбранной темы обусловлена переходом Российской Федерации к рыночной модели экономики вызвал необходимость формирования разных структур, на которых она базируется. К числу таких элементов относится организационно-правовой режим разнообразных юридических образований, среди которых существенное место занимают неприбыльные объединения. В современных условиях сектор неприбыльных организаций приобретает ключевое значение для развития и устойчивой работы гражданского общества. Многообразие существующих неприбыльных объединений и вариативность их общественно-правового положения требует проведения их систематизации и всестороннего научного анализа.

Следовательно, предметом данного исследования выступает изучение понятий, основных характеристик и правового статуса некоммерческих организаций.

В Гражданском кодексе Российской Федерации содержится юридическое определение; в этой формулировке отмечаются и обозначаются некоммерческие организации объединения как особая правовая категория, в тексте разъясняется правовой смысл таких образований и фиксируются их ключевые признаки. – объединения, деятельность не направлена на извлечение прибыли; такие объединения, согласно закону, не вправе распределять получаемые доходы между участниками часть 1 статьи 50 ГК РФ, что прямо закреплено нормой и влияет на их организационно-правовую структуру.¹ Федеральный нормативный акт, регулирующий эту сферу, №закон № 7-ФЗ (в официальных ссылках – 7 ФЗ от 12 января 1996 года О некоммерческих организациях) – определяет список целей создания таких объединений; среди них – осуществление благотворительных культурных образовательных научных и управленческих программ, мероприятия по охраны здоровья населения и спорта; а также деятельность по удовлетворения духовных и нематериальных потребностей населения; защиту прав и законных интересов граждан; мирное урегулирование конфликтов и споров, предоставление юридической помощи; и, кроме того, прочие целей направленных на обеспечение общественных интересов.

Некоммерческие организации, конкретно те, что ориентированы на социальную сферу (СОНКО), законодателем выделил в отдельную категорию². Их ключевая деятельность нацелена прежде всего на решение социальных задач.

В законе перечислено восемнадцать категорий деятельности, при осуществлении которых некоммерческая организация может быть признана СОНКО, если соответствующие направления отражены в учредительных документах и имеют не формальный, а реально осуществимый характер. К таким направлениям относятся: –

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.10.2024) // Собрание законодательства РФ. – 05.12.1994. – № 32. – Ст. 3301.

² Алексеев, С.С. Гражданское право: учебник: в 2 т. Т. 1 / С.С. Алексеев [и др.]; под ред. Б.М. Гонгало. – М.: Статут, 2023. – 528 с.

оказание социальных услуг и поддержка граждан; – охрана природной среды, включая растительный и животный мир; – сохранение, и содержание памятников истории, религиозных сооружений и объектов культурного наследия; а также природоохранных территорий, включая места захоронений; благотворительная деятельность и, одновременно, координация волонтерской работы; – образовательные и медицинские программы в сфере здравоохранения, направленные на повышение качества оказываемых услуг; – мероприятия по воспитанию патриотизма среди граждан РФ, в том числе военно патриотического, и воплощение соответствующих программ; а также иные направления, не перечисленные выше.

В подобных ситуациях СОНКО вправе рассчитывать на государственную поддержку, которая выражается перечисленными ниже мерами: – финансовое обеспечение; – передача имущества и информационное сопровождение; – содействие в организации обучения и повышении квалификации персонала и добровольцев, в том числе через специализированные курсы; – предоставление налоговых послаблений для организаций, работающих в социальной сфере; – возможность участия в государственных и муниципальных контрактах – на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг с привлечением таких некоммерческих организаций, в том числе признанных СОНКО.

Организационно правовые аспекты некоммерческих организаций в Российской Федерации, в настоящее время весьма широк, представлены свыше двадцати разновидностями; в числе их – учреждения; – в том числе учреждения партнерства; далее отмечены кооперативы потребительские в различных формах; также фигурируют палаты нотариусов и коллегии; – коллегии адвокатов; коллегии государственные компании и другие формы также включены в данный список.

При внесении некоммерческой организации в реестр и постановке на учет, как правило, требуется установить ее организационно-правовую форму при создании; в этой процедуре следует определить одну из типичных организационно-правовых форм: формами автономная – автономная НКО (АНО), АНО фонд общественная фонды общественные объединения; – фонды, разные общественные объединения, а также ассоциации и союзы.

Одновременно закон не устанавливает допускается выбирать иную организационную форму; к числу возможных вариантов, например, относятся гражданские инициативы, а также религиозные казачьи объединения и прочие общественные объединения, упоминаемые в практической плоскости. В том числе – типы, которые по внутренней структуре и целевым установкам заметно различаются между собой.

Отмечалось ранее, что по своей сути неприбыльные организации квалифицируются как некоммерческие; они выступают в роли юридических лиц,

получивших официальный статус и наделенных соответствующими правами и обязанностями, действующими в рамках установленного правового регулирования. Следует также обозначить отличительные признаки неприбыльных организаций, позволяющие проводить разграничение с коммерческими структурами; это, в свою очередь, помогает точнее очертить их правовой статус. В соответствии с Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» можно выделить два ключевых критерия,³ на которых в итоге основывается их классификация. В качестве первого критерия состоит в том, что их деятельность не направлена на извлечение прибыли.

Надо, прежде всего, подчеркнуть что организации некоммерческого характера, действующие в социальной и общественно полезной сфере, – как прямо указано в нормативных актах – имеют возможность осуществлять хозяйственную деятельность с извлечением прибыли; такое право оформлено официально и закреплено нормами права права закреплено в абзаце четвертом ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации, в котором говорится, что организация некоммерческого типа может осуществлять доходную деятельность при соблюдении, в том числе уставом и иными нормативными положениями, и при условии связи такой деятельности с уставными задачами. В противопоставление коммерческим структурам для которых получение прибыли является приоритетом, такие организации не ориентированы на извлечение прибыли как на главную цель.

Члены или учредители организаций некоммерческого типа не вправе распределять между собой доходы, возникшие в результате деятельности организации между участниками и подразделениями между внутренними структурными подразделениями; законодательство прямо запрещает подобное перераспределение. Нормы права также разграничивают понятиями некоммерческие и коммерческие подчеркивая их цели и режимы.

В классификации организаций по виду правоспособности применяется разделение. Например, у некоммерческих объединений Правоспособность таких организаций характеризуется ограничениями, в отличие от этого, коммерческие структуры обладают значительно более широкими полномочиями. Основной чертой некоммерческих объединений является осуществление деятельности, направленной на получение прибыли, только в рамках задач, определенных уставом и послуживших основанием для их создания. Подводя итог изложенному, следует уточнить, какое содержание вкладывается в понятие деятельности, направленной на получение прибыли, учитывая, что законодательно это понятие прямо не раскрыто.

³ Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // Собрание законодательства РФ. - 15.01.1996 - № 3. - Ст. 145.

По отношению к термину деятельность законодательство до сих пор не выработало единого толкования. Часть исследователей свою позицию указывают довольно прямо – они обращают внимание на то, что понятие остается неурегулированным и слабо выраженным в правовом пространстве. В нормативных актах, регулирующих функционирование некоммерческих объединений, встречается понятие «предпринимательская деятельность». Так, в ГК РФ допускается, что отдельных субъектов осуществлять предпринимательские права и операции; иными словами, отдельным субъектов осуществлять предпринимательские возможности разрешается, включая создание и участия в хозяйственные общества. В статье 23 Федерального закона № 125 «О свободе совести и о религиозных объединениях» – религиозные объединения, согласно этому акту, религиозные объединения также наделены правом осуществлять предпринимательскую деятельность; иными словами, они могут проводить коммерческую деятельность путем учреждения хозяйственных подразделений. В первой части статьи 26 Федерального закона № 95 «О политических партиях» закреплено, что политические партии вправе заниматься предпринимательской деятельностью; иначе говоря, политические объединения вправе заниматься коммерческой деятельностью и имеют предоставленное право вести предпринимательскую активность.

Следует также выделить как существенный признак неприбыльной структуры – запрет на деление прибыли между учредителями и членами; этот запрет функционирует как обязательство, препятствующее систематическому перераспределению средств в пользу отдельных лиц⁴. Все поступающие средства обязаны использоваться исключительно для целей неприбыльных объединений и расходоваться в строгом соответствии с их уставными целями.

Тем не менее, в реальной практике нередко возникает затруднение при определении: является ли извлечение прибыли основной целью организации или же оно служит лишь для обеспечения деятельности как вспомогательное средство. Фактически отдельные некоммерческие организации, подобно коммерческим структурам, реализуют хозяйственные операции, направленные на получение дохода, совмещая при этом социальную миссию с элементами предпринимательской экономики.⁵, в результате чего их основная социально значимая задача уходит на второй план. Отказ от этого традиционного признака, который выделяет некоммерческие объединения в отдельную категорию, может нанести существенный ущерб экономической базе таких некоммерческих организаций, особенно в тех случаях, когда коммерческий аспект начинает доминировать над уставной целью.

⁴ Гришаев, М.Ю. Гражданское право / М.Ю. Гришаев - М.: Норма, Инфра-М, 2021. 608 с.

⁵ Михайленко, Е. М. Гражданское право. Общая часть / Е. М. Михайленко - М.: Юрайт, 2023. 391 с.

Исходя из изложенного выше, можно заключить, что организации, не имеющие коммерческой направленности, организации являются важным звеном в системе гражданского общества РФ: в рамках гражданского общества формируется пространство для общественной инициативы. Некоммерческие и коммерческие организации, несмотря на различие целей и правового статуса, имеют общую способность – влиять на социальные процессы и обеспечивать реализацию общественных и экономических функций.

Кроме того эксперты указывают на сохраняющуюся неясность в правовом поле – между понятиями доход и предпринимательская деятельность в рамках этих разграничений выглядят неразличимыми: четкая грань не проведена, что осложняет квалификацию конкретных действий; нормативных актах встречаются разные формулировки, применяемые фрагментарно, что дополнительно повышает уровень правовой неопределенности. Следовательно, только посредством законодательной инициативы проблему устранить нельзя – это не изменяет правовую природу рассматриваемого явления.

деятельность по-прежнему рассматривается как предпринимательская, аналогично тому, что хозяйственные операции, выполняемые некоммерческими организациями, официально не признаются предпринимательской деятельностью, хотя в отдельных случаях они содержат признаки предпринимательства, зафиксированные в нормах ГК РФ.

References

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.10.2024) // Собрание законодательства РФ. - 05.12.1994. - № 32. - Ст. 3301.
2. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» // Собрание законодательства РФ. - 15.01.1996 - № 3. - Ст. 145.
3. Алексеев, С.С. Гражданское право: учебник: в 2 т. Т. 1 / С.С. Алексеев [и др.]; под ред. Б.М. Гонгало. - М.: Статут, 2023. - 528 с.
4. Гришаев, М.Ю. Гражданское право / М.Ю. Гришаев - М.: Норма, Инфра-М, 2021. 608 с.
5. Михайленко, Е. М. Гражданское право. Общая часть / Е. М. Михайленко - М.: Юрайт, 2023. 391 с.

UDC 343.62

Chanova A.Y. Features of Involving Minors in Crimes Committed via the Internet: Problems of Qualification under Article 150 of the Criminal Code of the Russian Federation

Особенности вовлечения несовершеннолетних в совершение преступлений с использованием сети Интернет: проблемы квалификации по ст. 150 УК РФ

Chanova Alina Yurievna,
teacher, Tomsk
Чанова Алина Юрьевна,
учитель, г.Томск

Abstract. *The involvement of minors in criminal activities is one of the most socially dangerous encroachments on the normal development of a child's personality. In today's conditions, the use of information and telecommunication networks, primarily the Internet, for such purposes is particularly relevant. The digital space significantly expands the capabilities of malicious actors, as anonymity, cross-border access, broad audience reach, and psychological manipulation tools enable them to effectively persuade teenagers to engage in illegal activities. At the same time, law enforcement practice faces serious difficulties in qualifying such acts under Article 150 of the Criminal Code of the Russian Federation, due to both the specifics of the virtual environment and the wording of the law itself.*

Keywords: minors, Internet, responsibility, qualifications.

Аннотация. Вовлечение несовершеннолетних в преступную деятельность – одно из наиболее общественно опасных посягательств на нормальное развитие личности ребёнка. В современных условиях особую актуальность приобретает использование для таких целей информационно-телекоммуникационных сетей, прежде всего Интернета. Цифровое пространство существенно расширяет возможности злоумышленников: анонимность, трансграничность, широкий охват аудитории и инструменты психологического воздействия позволяют эффективно склонять подростков к противоправным действиям. При этом правоприменительная практика сталкивается с серьёзными трудностями при квалификации подобных деяний по ст. 150 УК РФ, обусловленными как спецификой виртуальной среды, так и формулировками самой нормы.

Ключевые слова: несовершеннолетние, Интернет, ответственность, квалификация.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Уголовно-правовая характеристика состава преступления по ст. 150 УК РФ

Статья 150 УК РФ устанавливает ответственность за вовлечение несовершеннолетнего в совершение преступления путём обещаний, обмана, угроз или иным способом, совершённое лицом, достигшим 18 лет.

Объект преступления. Родовым объектом выступают общественные отношения в сфере охраны семьи и несовершеннолетних; непосредственным — нормальное физическое, интеллектуальное, нравственное и духовное развитие несовершеннолетнего. При вовлечении через Интернет вред наносится не только индивидуальной траектории развития конкретного подростка, но и общественным интересам в части безопасности цифровой среды для детей.

Объективная сторона. Состав является формальным: преступление считается оконченным с момента совершения действий, направленных на возбуждение у несовершеннолетнего желания или решимости участвовать в преступлении, независимо от того, совершил ли он в итоге противоправное деяние. В цифровой среде такие действия могут выражаться в переписке, размещении контента, организации «челленджей», вовлечении в закрытые чаты и т. п.

Субъект преступления — специальный: физическое вменяемое лицо, достигшее 18 лет. Возраст субъекта имеет принципиальное значение и должен быть доказан в ходе расследования.

Субъективная сторона характеризуется прямым умыслом: виновный осознаёт, что вовлекает именно несовершеннолетнего, и желает этого. Мотивы (корысть, самоутверждение, идеологическая мотивация и др.) на квалификацию не влияют, но важны для индивидуализации наказания.

Специфика вовлечения несовершеннолетних с использованием сети Интернет

Интернет-среда формирует ряд особенностей механизма вовлечения, которые усложняют доказывание и квалификацию:

Дистанционность и анонимность. Злоумышленник может находиться в другой стране, использовать поддельные профили, VPN, мессенджеры с шифрованием. Это затрудняет установление личности субъекта и его связи с действиями по вовлечению.

Многоэтапность и «воронка вовлечения». Процесс нередко строится по принципу постепенного погружения: от безобидного контента к радикальным призывам, от участия в «играх» к реальным преступлениям. На ранних этапах действия могут не иметь явных признаков склонения к преступлению, что осложняет момент фиксации начала преступного деяния.

Использование психологических техник. Геймификация, система поощрений, создание чувства принадлежности к «избранной группе», манипуляция самооценкой подростка — эти приёмы адаптированы под цифровую среду и эффективно снижают критическое восприятие информации.

Масштабируемость. Один и тот же контент может одновременно воздействовать на десятки и сотни несовершеннолетних, что поднимает вопрос о квалификации множественности эпизодов и совокупности преступлений.

Типичные формы вовлечения в Интернете включают:

- прямые призывы к совершению конкретных преступлений (например, поджогов, краж) в чатах и комментариях;
- распространение инструкций и «гайдов» по противоправным действиям;
- организацию челленджей с криминальным содержанием;

- вербовку в группы, пропагандирующие деструктивное поведение;
- использование социальной инженерии для получения персональных данных и последующего шантажа.

Проблемы квалификации по ст. 150 УК РФ в цифровой среде

Доказывание умысла и осведомлённости о возрасте. В Интернете возраст пользователя часто скрыт или искажён. Возникает вопрос: достаточно ли факта размещения контента «для широкой аудитории» для признания умысла на вовлечение несовершеннолетних? Практика требует доказательств целенаправленного воздействия на подростков, что технически сложно.

Момент окончания преступления. В виртуальной среде трудно определить, когда именно действия виновного перешли грань «предложения» и стали «вовлечением». Например, публикация инструкции по взлому сайта — это уже вовлечение или лишь предоставление информации?

Соотношение со смежными составами. Действия в Интернете могут одновременно подпадать под несколько статей УК РФ: ст. 150 (вовлечение), ст. 205.1 (содействие террористической деятельности), ст. 280 (публичные призывы к экстремизму) и др. Возникают сложности разграничения и квалификации по совокупности.

Множественность потерпевших. Если один и тот же контент повлиял на нескольких несовершеннолетних, следует ли квалифицировать это как единое продолжаемое преступление или как совокупность эпизодов? Отсутствие чётких критериев ведёт к разнородной практике.

Технические доказательства. Электронные следы (переписка, IP-адреса, метаданные) требуют специальной экспертизы и соблюдения процессуальных норм при сборе. Ошибки на этапе фиксации доказательств могут привести к их недопустимости в суде.

Судебная практика опирается на Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 1 февраля 2011 г. № 1, согласно которому преступление по ст. 150 УК РФ считается оконченным с момента вовлечения, то есть когда у несовершеннолетнего сформировалось намерение участвовать в преступлении. Однако в цифровой среде фиксация этого момента осложнена отсутствием «физических» действий и необходимостью анализа цифрового поведения подростка.

Пути совершенствования правоприменения

Для повышения эффективности противодействия вовлечению несовершеннолетних в преступления через Интернет целесообразно:

Разработать методические рекомендации для следователей и судей по сбору и оценке электронных доказательств, включая алгоритмы установления умысла и момента окончания преступления.

Усилить взаимодействие с IT-компаниями для оперативного получения данных о пользователях и контенте, а также для разработки инструментов раннего выявления групп риска.

Развивать цифровую грамотность несовершеннолетних и их родителей, формировать навыки критического восприятия онлайн-контента.

Совершенствовать законодательство, в том числе путём уточнения формулировок ст. 150 УК РФ с учётом специфики цифровых технологий, либо принятия разъяснений Пленума ВС РФ, специально посвящённых интернет-вовлечению.

Заключение

Вовлечение несовершеннолетних в совершение преступлений с использованием Интернета представляет собой сложное и динамично развивающееся явление, требующее адекватного правового реагирования. Несмотря на наличие нормативной базы в виде ст. 150 УК РФ и сопутствующих разъяснений, правоприменители сталкиваются с рядом проблем, обусловленных как техническими особенностями цифровой среды, так и недостаточной детализацией состава преступления. Решение этих проблем возможно только в рамках комплексного подхода, сочетающего совершенствование законодательства, развитие экспертных компетенций и профилактическую работу с молодёжью.

References

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от актуальной даты) // Собрание законодательства РФ. — 1996. — № 25. — Ст. 2954.
3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от актуальной даты) // Собрание законодательства РФ. — 2001. — № 52 (ч. I). — Ст. 4921.

4. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (ред. от актуальной даты).
5. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ред. от актуальной даты).
6. Конвенция о правах ребёнка (одобрена Генеральной Ассамблеей ООН 20.11.1989, в силе для РФ с 15.09.1990).
7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 01.02.2011 № 1 «О судебной практике применения законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности и наказания несовершеннолетних» (ред. от актуальной даты).
8. Обзоры судебной практики Верховного Суда РФ по делам о преступлениях против семьи и несовершеннолетних (за последние 5 лет).
9. Готчина Л.В. Предупреждение вовлечения несовершеннолетних в незаконный оборот наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов: предмет криминологического исследования молодых учёных // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2020. № 2 (86)
10. Мамаева А.Е. Меры предупреждения вовлечения несовершеннолетних посредством сети Интернет. Проблемы квалификации ст. 150 УК РФ // Право и государство: теория и практика. 2022. № 4 (208).

UDC 347.785

Dmitrieva P.V. The issue of protecting copyright and related rights in the era of digitalization of technologies

Проблематика защиты авторских и смежных прав в эпоху цифровизации технологий

Dmitrieva Polina Valerievna,

Student,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Scientific adviser: **Kuznetsov A.,** PhD in Law, Associate Professor - Higher School

of Jurisprudence and Forensic Technical Expertise

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Дмитриева Полина Валерьевна,

Студент,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Научный руководитель

Кузнецов А.А., кандидат юридических наук, доцент - Высшая школа

юриспруденции и судебно-технической экспертизы

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Abstract. This article addresses current issues of copyright protection in the context of rapidly evolving digital technologies. It examines the history of the copyright system and the role of music labels in its protection and enforcement. It analyzes current challenges associated with the distribution of digital copies, illegal piracy, and inadequate copyright protection online. The article proposes possible solutions, including the implementation of new copyright protection technologies, improved legal mechanisms, and the development of international cooperation. The aim of this work is to develop a comprehensive understanding of current copyright trends and identify effective ways to protect them in the digital age.

Keywords: copyright, related rights, music industry, record label, musical works, digital technologies.

Аннотация. Статья посвящена актуальным вопросам охраны авторских прав в условиях стремительного развития цифровых технологий. В работе рассматривается история формирования системы авторских прав, а также роль музыкальных лейблов в их защите и реализации. Анализируются современные вызовы, связанные с распространением цифровых копий, нелегальным пиратством и недостаточной защищенностью авторских прав в онлайн-среде. В статье предлагаются возможные пути решения существующих проблем, включая внедрение новых технологий защиты, усовершенствование правовых механизмов и развитие международного сотрудничества. Работа нацелена на формирование комплексного понимания современных тенденций в сфере авторских прав и поиск эффективных способов их защиты в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: авторское право, смежные права, музыкальная индустрия, звукозаписывающий лейбл, музыкальные произведения, цифровые технологии.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

У определения «авторское право» (или как его ещё называют «право интеллектуальной собственности») есть несколько понятий. В Гражданском кодексе Российской Федерации (далее – ГК РФ) четко прописано, что интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются авторскими правами. Но данное понятие можно считать неполным и не раскрывающим суть авторского права в целом. Большинство авторов приводят разные формулировки данного определения,

обобщая их, можно сказать, что авторское право – это совокупность норм и правил, которые закреплены на законодательном уровне, и регулируют отношения, связанные с созданием интеллектуальной собственности, авторских произведений науки и искусства, их использование, защита и охрана.

К произведениям искусства можно отнести создание музыки, песен – одним словом, музыкальные произведения. В контексте авторского права музыкальная сфера достаточно популярна и стремительно развивается, учитывая современные тенденции. И здесь существуют свои особенности касаясь прав на произведения и их непосредственной защиты, а также проблемы, которые до сих пор остаются не решёнными.

Авторское право, как культурный феномен, существовало на протяжении значительного времени. Оно служит механизмом охраны творческих произведений, предоставляя авторам и исполнителям законные возможности для контроля над использованием своих работ. Актуальность исследуемой темы обусловлена ростом количества случаев плагиата и других форм незаконного использования музыкальных произведений. Особенно актуализируется проблема, связанная с распространением цифровых платформ, где масштабные нарушения авторских прав приобретают характер массовых и технологически сложных форм.

Таким же важным понятием наряду с авторским правом считаются «Смежные права». И данное определение в ГК РФ раскрыто в полном объёме. Смежные права (или права смежные с авторскими) – это интеллектуальные права, связанные с результатами исполнительской деятельности (исполнениями), фонограммами, а также правом на эфирное и кабельное вещание радиопередач и телепрограмм (включая организацию эфирного и кабельного вещания), на содержание баз данных и произведения науки, литературы и искусства, впервые опубликованные после их перехода в общественное достояние, классифицируются как смежные с авторскими правами. Смежные права также обеспечивают защиту интересов лиц, способствующих распространению произведений, таких как исполнители, звукозаписывающие организации, вещательные компании и создатели баз данных.

Данный вид прав возникает на основе действующих авторских прав и является их производным. Так, например, перед записью музыкального произведения исполнителю необходимо получить согласие от автора текста и композитора. По завершении записи права на чёткую копию закрепляются за исполнителем и компанией, осуществляющей звукозапись, что свидетельствует о возникновении смежных прав в отношении конкретного материала.

Начальной точкой появления авторского права как юридической категории принято считать период становления книгопечатанья. Именно тогда возникла необходимость защиты авторов и их произведений от плагиата. Зарождение концепции авторского права произошло ещё в Древнем Риме и в Древней Греции, более чем за 300 лет до нашей эры существовала законодательная норма, защищающая целостность произведений и предотвращение внесения искажающих правок. Несмотря на отсутствие современного понимания авторского права на протяжении всей эпохи плагиат всячески подвергался критике.

В 15 веке с появлением книгопечатанья и возможностью массово тиражировать произведения быстрым и дешевым способом, привело к вынужденной мере защиты авторства. Первыми правовыми инструментами принято считать «привилегии», которые являлись исключительным разрешением от властей на печать. Особое значение для становления института авторского права имел принятый в Англии в 1710 году «Закон о королевских правах». Этот законодательный акт заложил фундамент для последующего развития авторского права, зафиксировав ключевые принципы охраны интеллектуальной собственности. Закон впервые официально признал за авторами исключительные права на создание ими произведения и установил, что любое их использование требует предварительного согласия автора или уполномоченного им лица. Эти положения впоследствии послужили образцом для формирования правовых систем в других европейских государствах.

Уже к 19-му веку наблюдается усиление международного взаимодействия и в 1886 году принимается Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений, Россия присоединилась к данной конвенции только в 1995 году. Однако стоит отметить, что в 1911 году в России по был принят закон «Об авторском праве».

В контексте музыкальных произведений, правовое регулирование становить актуальным в момент возникновения потребности в защите прав исполнителей, чьи творения были неправомерно воспроизведены и распространены с целью получения прибыли. Защита авторских прав на музыкальные произведения не возникла одновременно с книгопечатаньем. В разных странах в разные века появлялись свои законы касательно защиты музыкальных произведений, так в России в 1845 году было издано постановление «О ограждении прав русских и пребывающих в России сочинителей музыкальных произведений». Данный документ стал отправной точкой для становления централизованной системы правового регулирования авторских прав в сфере музыкального творчества.

Анализируя особенности и историю становления авторского права можно глобально разделить его на две стороны. Одна из них — это имущественная сторона,

которая выражается в материальной выгоде от коммерческого использования или продажи произведений, что обеспечивает авторам или правообладателям вознаграждение. А другая – это личные, неимущественные права автора, к которым относятся: исключительное право на произведение, право авторства, право автора на имя, на неприкосновенность произведения (защита от искажений) и право на обнародование произведения. В контексте музыкальной деятельности особое значение имеет взаимосвязь авторских и смежных прав.

Смежные права относят не только к самому автору, но и также распространяются на исполнителей, продюсеров, сонграйтеров, битмейкеров, композиторов, саунд-инженеров и на сам музыкальный лейбл в целом, а также иные субъекты участвующие в создании музыкального произведения. Хотя они и не являются правами на само произведение, они необходимы для законного использования музыки и защиты интересов исполнителей и музыкальных или звукозаписывающих лейблов. В итоге складывается сложная система взаимодействия имущественных и личных неимущественных прав, позволяющая всем субъектам защищать свои интересы в рамках закона.

На сегодняшний день нет чёткого определения музыкального рынка. Как в российских, так и в зарубежных исследованиях используется разная сегментация и описание объёма рынка. Но в общем понятие музыкального рынка можно сформулировать как часть экономики, которая объединяет физические и юридические лица, зарабатывающие посредством создания и продажи музыкальных произведений. В музыкальную индустрию сегодня входят:

- авторы музыкальных произведений и звукозаписывающие студии
- лейблы и продюсерские компании
- промоутеры
- концертные площадки/клубы
- стриминговые платформы и агрегаторы.

Ключевую роль в музыкальном рынке и в целом во всей музыкальной индустрии играет музыкальный лейбл. До настоящего момента не существует чёткого определения данного понятия, кроме того, отсутствуют установленные нормы и стандарты, определяющие процедуру формирования данных организаций. Опираясь на различные источники можно составить наиболее общее и понятное определение «музыкального лейбла». Музыкальный лейбл – это в первую очередь компания – юридическое лицо, функционирующее на рынке музыкальных услуг. Основная деятельность таких компаний состоит в заключении контрактов с исполнителями, издание музыки и дальнейшее продвижение их и их творчества на рынке, помимо этого лейбл может

заниматься организацией концертной деятельностью, менеджментом, рекламой, продюсированием и другими не менее важными управленческими функциями.

С появлением интернета и переходом на электронные устройства появилось множество возможностей как заработать деньги на своём творчестве, так и воспользоваться чужим трудом для собственной выгоды. Несколько актуальных проблем связанных с авторскими и смежными правами в эпоху развития цифровых технологий:

Первая проблема, актуальная во все времена является плагиат. Плагиат – это несанкционированное заимствование элементов чужого произведения, будь то лирика, мелодия, ритмический рисунок и даже узнаваемый мотив или фрагмент. С точки зрения закона, такое действие квалифицируется как присвоение чужого авторства. Следует отметить, что умышленное заимствование или случайное не имеют значение. Даже если автор искренне полагал, что создал оригинальное произведение, но его мелодия существенно схожа с уже существующей композицией, это может стать основанием для судебного разбирательства.

Второе что можно приравнять к проблеме такого же масштаба, как плагиат – это пиратство. Если скопированную работу ещё можно опознать и вовремя защитить свои права, то с пиратской деятельностью дела обстоят куда хуже. Пиратством считается незаконное приобретение, использование, распространение музыкальных произведений без согласия автора или правообладателя. В большинстве случаев пиратская деятельность мотивирована стремлением к получению прибыли, так как нелегальное распространение объектов авторского права осуществляется с целью извлечения финансовой выгоды. В нынешнее время пиратством стало заниматься куда проще, с помощью торрента, различных файлообменников и подобным программ для скачивания.

Отсюда вытекает третья немаловажная проблема – анонимность. Достаточно сложно идентифицировать нарушителя, поскольку интернет считается глобальной сетью и зачастую посягательства на авторские права происходят вне юрисдикции страны, где зарегистрирован правообладатель, что создает существенные препятствия для осуществления правосудия и привлечения виновных лиц к ответственности.

Четвертая проблема, также напрямую связанная с предыдущими двумя – развитие технологий, с помощью которых происходит обход механизмов правовой охраны интеллектуальной собственности.

Пятую проблему можно обозначит как использование искусственного интеллекта (ИИ). Уже известно, что ИИ-модели, которые генерируют новые произведения искусства обучаются на огромных массивах данных состоящих из

авторского контента и часто это происходит без согласия самого автора. Также можно отметить что сложно определить ответственных лиц, за созданный нейро-контент, отсюда и сложность с защитой авторских прав.

И последнею, шестую проблему, которую можно выделить, это сложности с адаптацией законодательства под современные реалии. Как российские, так и международные законы не успевают меняться и подстраиваться под быстро развивающиеся технологии и бизнес-модели. Например, нейро-контент пока не приравнивается к оригинальному авторскому произведению на законодательном уровне и никак не охраняется и не подлежит защите. Тем не менее попытки регулирования и защиты авторского контента имеют место быть. Так, например, ужесточение мер против пиратской деятельности (блокировка сайтов), но эффективность данных методов остаётся под сомнением.

С быстрым развитием технологий появляются новые сложности, требующие современных решений. И прежние проблемы защиты авторских прав уже не могут решаться методами, которые были актуальны десятилетие назад. Например, технологические решения, которые лежат в основе современной защиты: метод, основанный на создании уникального “цифрового отпечатка” (или его ещё называют акустический отпечаток) звуковой волны. Этот отпечаток позволяет распознать аудиозапись, анализируя только её акустические характеристики. Примером такой технологии является MusicID от Gracenote, которая используется под разными брендами во многих электронных устройствах.

Помимо цифровых отпечатков в аудиоданные можно внедрять невидимые для человеческого слуха идентификационные маркеры, которые могут быть обнаружены специализированным оборудованием. С помощью данных маркеров обеспечивается возможность идентификации несанкционированного распространения (например, предрелизных материалов) и подтверждения законных прав собственности. Но не все технологические решения помогут избавиться от проблем, связанных с защитой авторских прав, необходима актуализация правовой базы в сфере авторского права. Этот процесс адаптации законодательства, регулирующего авторские права, необходим для приближения к более чёткой системе законодательства в реалиях цифровой среды. Для эффективной борьбы с пиратством, инфраструктурные сервисы - от хостингов и поисковых систем до ДНС регистраторов и платёжных систем - будут нести повышенную ответственность за непринятие мер по блокировке или прекращению деятельности очевидных пиратских ресурсов. Также есть необходимость в международном взаимодействии, против пиратства, поскольку это является глобальной проблемой, что делает абсолютно необходимым заключение

международных соглашений для унификации подход к защите и упрощения соответствующих процедур.

Несмотря на обилие проблем, связанных с авторским правом в музыкальной индустрии и отсутствие изменяющихся законодательных норм, музыкальные лейблы помимо своей коммерческой функции, выполняют критически важную роль в обеспечении правовой защиты интеллектуальной собственности. В частности, лейбл, действуя через своих специалистов (юристов) по авторскому праву, предоставляет артистам юридическую поддержку. Это включает в себя разработку и тщательную проверку контрактов, определяющих условия сотрудничества, порядок распределения прибыли и правила использования их музыкальных творений, гарантируя тем самым защиту прав исполнителей.

Также звукозаписывающие компании предоставляют артистам финансовую поддержку посредством выплаты роялти за реализацию их музыкальной продукции. Это позволяет исполнителям сконцентрироваться на творческом процессе, минимизируя финансовые заботы на ранних стадиях профессионального становления.

Музыкальные лейблы играют ключевую роль в организационном обеспечении карьеры артиста. Они берут на себя функции по взаимодействию с медиа и аудиторией, а также по организации концертных туров и других мероприятий. Это способствует формированию позитивного имиджа артиста и расширению его фан-базы.

Исследуя музыкальную индустрию и проблемы авторских прав в цифровую эпоху нельзя не упомянуть про кавер и сэмплинг. Понятия абсолютно разные, но объединяет их только то, что они оба используют уже существующий готовый материал. Кавер (кавер-версия от английского слова cover, что значит «покрывать») – это слегка переделанная или перепетая уже существующая песня, которую исполняет другой артист или просто любитель. Как правило каверы сохраняют оригинальную мелодию, но отличаются жанром, аранжировкой или вокалом. Кавером также считается песня спетая на другом языке.

Если человек используется кавер в коммерческих целях, таких как публикация на различных интернет площадках или выступление на концерте и тому подобное, то по общему правилу необходимо получить разрешение автора. В случае использования или исполнения кавера без согласия правообладателя грозит уголовная или гражданско-правовая ответственность. Исключениями в данном случае могут быть ситуации использования песен без коммерческой направленности, например, караоке, пение в домашних условиях, использование музыкальных композиций в учебных целях на уроках и последнее это истечение срока охраны авторских прав.

Сэмплинг или сэмплирование представляет собой процесс создания новой музыкальной композиции путём интеграции заранее записанных звуковых фрагментов, известных как сэмплы, из других произведений. Наиболее распространенным примером являются барабанные или вокальные партии, если их ускорить, зациклить, добавить басов, то получится немного другой бит. Иногда такие фрагменты из других композиций берут чтобы на их основе создать совершенно новое произведение или наоборот к своему оригинальному творению присоединяют сэмпл в качестве дополнения. Этот метод широко распространен в таких жанрах, как хип-хоп, электронная музыка и даже в мейнстримной поп-музыке. Однако следует подчеркнуть, что использование сэмплов без получения соответствующего разрешения от владельца авторских прав является нарушением закона и приравнивается к плагиату.

Использование музыкальных произведений в качестве заимствования не приравнивается к цитированию. Допустимо лишь их применение в рамках научных, полемических, критических, информационных или учебных материалов, исключительно для иллюстрации творческого замысла автора. В настоящее время российское законодательство, как и правовые системы большинства государств, не устанавливает конкретных ограничений по объёму использования чужой музыки. Однако, даже незначительное заимствование в несколько секунд без согласия правообладателя может повлечь за собой серьёзные юридические последствия, если будет доказано авторство использованного отрывка.

References

1. Иншакова О. И. Право и информационно-технологические преобразования общественных отношений в условиях индустрии 4.0 // Правовая парадигма. – 2019. – №4. – С. 6-17.
2. Кочубей Т.А. Развитие системы интеллектуальных прав в России: эволюционный аспект и современные тенденции // Правовая парадигма. – 2019. – № 3. – С. 101-106.
3. Лессиг Л. Свободная культура. – М.: Прагматика Культуры, 2007. – 272 с.
4. Братусь Д.В. Защита авторских прав в цифровую эпоху // Вопросы российской юстиции. – 2015. – № 2. – С. 23-27.

UDC 343.98

Dorofeev K.I. Main elements of the technological and financial infrastructure used by offenders for the purposes of sexual exploitation of children, as well as the production and circulation of such materials with their participation

Основные элементы технологической и финансовой инфраструктуры, используемой злоумышленниками в целях сексуальной эксплуатации несовершеннолетних, а также изготовления и оборота таких материалов с их участием

Dorofeev K.I.

Deputy Head of the Department of Regulatory and Legal Support of the Main Directorate for Ensuring Public Order Protection and Coordination of Interaction with Executive Authorities of the Constituent Entities of the Russian Federation of the Ministry of Internal Affairs of Russia

Дорофеев Кирилл Игоревич,
заместитель начальника отдела нормативно-правового обеспечения Главного управления по обеспечению охраны общественного порядка и координации взаимодействия с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации МВД России, полковник полиции,

Abstract. *The article presents Russian and foreign experience in combating crimes related to the child sexual exploitation. The author concludes that, in addition to the obvious advantages for citizens, society and the state, the information and telecommunications infrastructure is an integral element that facilitates criminals' access to children for the purpose of their sexual exploitation.*

Keywords: *materials containing pornographic images of children, online child sexual exploitation, information, telecommunications and financial infrastructure, cryptocurrency.*

Аннотация. В статье приводится российский и зарубежный опыт борьбы с преступлениями, связанными с сексуальной эксплуатацией несовершеннолетних. Автором делается вывод о том, что помимо явных преимуществ для граждан, общества и государства, информационно-телекоммуникационная инфраструктура выступает неотъемлемым элементом, облегчающим злоумышленникам доступ к несовершеннолетним в целях их сексуальной эксплуатации.

Ключевые слова: материалы с порнографическими изображениями несовершеннолетних, сексуальная эксплуатация несовершеннолетних в сети Интернет, информационно-телекоммуникационная и финансовая инфраструктура, криптовалюта.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Развитие и повсеместное использование информационно-телекоммуникационных технологий⁶, инфраструктуры и технологических устройств, помимо явных преимуществ для общества, обусловило возникновение рисков и угроз, связанных с противоправным использованием указанных технологий. В частности, такие технологии способствовали повсеместному росту посягательств в отношении половой свободы и половой

⁶ Далее – «ИТТ».

неприкосновенности несовершеннолетних, совершенных с использованием ИТТ.

При этом основополагающими документами стратегического планирования безопасность детей от различных противоправных посягательств, в том числе в информационном пространстве, отнесена к основным объектам защиты со стороны государства⁷ [1, 2, 3].

Согласно примечанию к статье 73 Уголовного кодекса Российской Федерации⁸ к преступлениям против половой неприкосновенности несовершеннолетних, не достигших четырнадцатилетнего возраста, относятся преступления, предусмотренные статьями 131–135, 240, 241, 242, 242¹ и 242² УК.

Общим для всех этих преступлений выступает использование материалов с порнографическими изображениями несовершеннолетних, которые в отдельных случаях могут выступать в качестве объекта накопления (коллекционирования), средством платежа или обмена, орудием совершения иного преступления (например, шантаж, вымогательство, развратные действия).

Понятие и признаки материалов или предметов с порнографическими изображениями несовершеннолетних закреплены в примечании к статье 242¹ УК.

Между тем существующая информационно-телекоммуникационная инфраструктура позволяет злоумышленникам в удобное время практически из любой точки земного шара получить доступ к указанным материалам благодаря экосистеме подключенных к ней различных технологических устройств (серверов, средств вычислительной техники, мобильных устройств).

О распространенности данного противоправного явления свидетельствуют следующие сведения.

Так, по информации Национального центра по делам пропавших и эксплуатируемых детей (US National Centre for Missing and Exploited Children или NCMEC), обеспечивающего деятельность специально созданной «горячей линии» (CyberTipline) по сбору сведений о наличии в ИТТ запрещенной информации (отчетов по специальной форме), следует, что в период с 2013 по 2021 год количество сообщений возросло с 500 000 до почти 30 миллионов⁹.

⁷ См.: «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации»: утверждена Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400; «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации»: утверждена Указом Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646; «Концепция информационной безопасности детей в Российской Федерации»: утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2023 г. № 1105-р // СПС «КонсультантПлюс».

⁸ Уголовный кодекс Российской Федерации: введен в действие Федеральным законом от 13 июня 1996 г. № 64-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». Далее – «УК».

⁹ На частную некоммерческую организацию NCMEC возложены функции по координации частного сектора в том числе по противодействию сексуальной эксплуатации детей в ИТТ. В этих целях поставщики электронных услуг (Electronic service providers или ESP) обязаны направлять в NCMEC отчеты о выявлении на своих ресурсах

Странами происхождения запрещенной информации в 2020 году, в основном выступали беднейшие страны мира, такие как Индия – 2,7 млн сообщений, Филиппины и Пакистан – по 1,3 млн, Индонезия – 0,98 млн.

Кроме того, по данным Британской некоммерческой организации Internet Watch Foundation, в 2020 году в сети Интернет обнаружено более 153 000 уникальных сетевых адресов (Uniform Resource Locator's или URL), содержащих изображения сексуальной эксплуатации несовершеннолетних. В 2021 году кампанией Google из своей поисковой системы удалено более 1 млн URL, которые могли иметь отношение к указанной запрещенной информации¹⁰.

Вместе с тем приведенная статистика, с одной стороны, может свидетельствовать о повышенном интересе общественности к указанной проблематике. С другой стороны, приведенные отчеты не приводят методику сбора и оценки общественными организациями сообщений о запрещенной информации, что может приводить к дублированию сведений о размещении одних и тех же материалов на распространенных сайтах в сети Интернет, и, возможно, свидетельствовать о преувеличенном масштабе проблемы.

В России также отмечается рост регистрации преступлений, предусмотренных статьей 242¹ УК. Так, если в 2016 году по указанной статье УК зарегистрировано 446 преступлений, то уже в 2020 году – 551, в 2022 году – 898, в 2024 году – 996.

Также отмечается и последовательное увеличение URL, с размещенной на них запрещенной информацией, заблокированных или удаленных Роскомнадзором по решению указанного федерального органа исполнительной власти, суда или иных уполномоченных органов государственной власти.

Так, в 2023 году в рамках Единого реестра¹¹ в совокупности по всем основаниям запрещенная информация удалена с 233 250 URL (в 2022 году – 202 669). Операторам связи, оказывающим услуги по предоставлению доступа к сети Интернет на территории Российской Федерации, направлены уведомления о блокировке 166 894 URL (в 2022

запрещенной информации, которая после их изучения передает соответствующие сведения в государственные органы для принятия мер реагирования. В связи с этим NCMEC по своему функционалу схожа с Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором).

¹⁰ Rick Brown Eliminating Online Child Sexual Abuse Material (перевод с англ. яз.: Удаление онлайн-материалов, содержащих сцены сексуального насилия над детьми). Стр. 14-15. / Z-Library [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/jVoNHOM> (дата обращения: 15.02.2026).

¹¹ «Единая автоматизированная информационная система «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено»: утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26 октября 2012 г. № 1101 // СПС «Консультант-Плюс».

году – 180 363)¹².

Изложенное свидетельствует об общемировой проблеме противодействия противоправным посягательствам в отношении половой свободы и половой неприкосновенности несовершеннолетних.

При этом социокультурное разнообразие, различия в законодательной регламентации данных противоправных деяний, отсутствие общепринятого понятийного аппарата затрудняют эффективное взаимодействие в указанной сфере.

Для целей настоящей статьи будет использоваться универсальный термин – «изображения сексуальной эксплуатации несовершеннолетних». Данный подход основывается на том, что изготовление и оборот порнографических материалов, в которых участвуют совершеннолетние лица, во многих юрисдикциях не являются уголовно-наказуемыми деяниями. Создание таких материалов связано с наличием добровольного согласия на осуществление указанной деятельности, а доступ к таким материалам ограничен для несовершеннолетних в рамках возрастной классификации такого контента.

При этом дети и подростки, подвергающиеся сексуальной эксплуатации, не могут юридически добровольно дать согласие на нее. Следовательно, указанные материалы изначально относятся к категории непристойных (оскорбительных), в связи с этим их оборот запрещен в большинстве стран мира.

Вместе с тем термин «детская порнография» используется в национальном законодательстве многих стран мира, а также включен в различные основополагающие международные конвенции и договоры¹³.

При этом в Киотской декларации Организации Объединенных Наций о содействии предупреждению преступности, уголовному правосудию и верховенству права используется термин «сексуальная эксплуатация детей и сексуальные надругательства над детьми в Интернете», а не «детская порнография»¹⁴. Указанным понятием проводится различие между продукцией для взрослых и материалами, запрещенными к обороту во многих странах мира.

¹² Результаты деятельности Роскомнадзора и доклад об осуществлении государственного контроля (надзора) и об эффективности такого контроля (надзора) за 2023 год / Роскомнадзор [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/o62kW> (дата обращения: 31.05.2025).

¹³ «Факультативный протокол к Конвенции о правах ребенка, касающегося торговли детьми, детской проституции и детской порнографии»: ратифицирован Федеральным законом от 7 мая 2013 г. № 75-ФЗ // СПС «Консультант-Плюс».

¹⁴ Киотская декларация «Активизация мер предупреждения преступности, уголовного правосудия и обеспечения верховенства права: навстречу осуществлению Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года». 14-й конгресс Организации Объединенных Наций по предупреждению преступности и уголовному правосудию / Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/wMtUnO7> (дата обращения: 15.02.2026).

К материалам с сексуальными изображениями несовершеннолетних относят различные объекты. Это может быть аудиовизуальный материал (изображение, видео, голос), текстовый рассказ, мультипликационный фильм или рисунок, выполненный в стиле хентай или манга.

С развитием ИТТ также отмечается рост изображений, полученных с помощью компьютерного монтажа, а также выполненных с использованием технологий искусственного интеллекта. Такие технологии могут использоваться злоумышленниками для компьютерного монтажа обычных изображений ребенка (привнесение в кадр сексуализированного контекста или его полная переработка), которые будут использоваться для личного просмотра или последующего воздействия на несовершеннолетнего.

Кроме того, большие языковые модели могут использоваться злоумышленниками в целях придания тексту признаков авторства ребенка для сокрытия истинного возраста лица, которое планирует вступить в переписку с ребенком, а также получения у виртуального ассистента (чат-бота) информации о способах склонения несовершеннолетних к сексуальной активности и создания таким образом соответствующих руководств для осуществления указанной противоправной деятельности¹⁵.

Между тем развитие инфраструктуры ИТТ и финансового сектора, доступ к сети Интернет с мобильных устройств, а также наличие социальных сетей, собирающих на своих сервисах одномоментно большое количество пользователей, свидетельствует об использовании злоумышленниками существующих технологий в том числе для сексуальной эксплуатации детей.

Так, в 2022 году в Единый реестр всего внесено 59 045 записей в отношении крупных интернет-ресурсов, на ресурсах которых размещалась запрещенная информация. К таким ресурсам относятся социальные сети (vk.com – 40 194 URL, ok.ru – 3 637 URL), видеохостинг платформы (youtube.com – 14 130 URL, TikTok – 552 URL), поисковые системы (yandex.ru – 532 URL).

Кроме того, оборот запрещенной информации осуществляется с помощью ресурсов, позволяющих хранить такие объекты удаленно на серверах, предоставляющих такие услуги («облачное хранилище»); одноранговых сетей, предоставляющих возможность пользователям осуществлять обмен такими

¹⁵ Addressing Real Harm Done by Deepfakes (перевод с англ. яз.: «Борьба с реальным вредом, причиняемым дипфейками»). Testimony of John Shehan Senior Vice President, Exploited Children Division & International Engagement National Center for Missing & Exploited Children. March 12, 2024. Yandex Documents [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/yUprq> (дата обращения: 15.02.2026).

материалами минуя центральный сервер (Ares, BitTorrent, eDonkey); «стриминговых» Интернет-ресурсов, многопользовательских онлайн-игр.

Представленные данные свидетельствует о распространенности конкретных технологических платформ (экосистем), которые облегчают доступ злоумышленников к несовершеннолетним, вступающих с ними в онлайн-переписку, получение такими лицами материалов с изображениями сексуальной эксплуатации несовершеннолетних, их хранение на ресурсах Интернет-сайтов и последующий оборот с помощью ИТТ.

Для сокрытия своей противоправной деятельности злоумышленниками активно используют технологии VPN и TOR, а также криптовалюту.

Следует отметить, что наряду с общественными организациями и государственными органами, активными участниками этой экосистемы также выступают злоумышленники, которые образуют в закрытой части сети Интернет (Darknet) сообщества, посвященные сексуальной эксплуатации несовершеннолетних. Такие группы имеют свою символику, терминологию, а также активно обмениваются опытом по вовлечению детей в сексуальную активность и использованию современных технологий для сокрытия своей противоправной деятельности¹⁶.

Так, зная о рисках обнаружения при оплате через традиционную финансовую систему, наблюдается рост использования злоумышленниками криптовалют для покупки услуг, связанных с сексуальной эксплуатацией несовершеннолетних. Криптовалюты, которые обычно покупаются через онлайн-биржи, позволяют осуществлять финансовые транзакции со значительной степенью анонимности. При этом связь с традиционной централизованной банковской системой будет иметь место только лишь в момент покупки криптовалюты через онлайн-обменник либо в ходе вывода указанных средств в фиатные валюты. Банковский сектор не ведет учет транзакций, совершенных с использованием криптовалюты посредством специализированных участников указанного рынка.

При этом анализируемая противоправная деятельность является объектом наблюдения соответствующих государственных органов. Так, Агентством по борьбе с финансовыми преступлениями (Financial Crimes Enforcement Network или FinCEN), входящим в состав Министерства финансов США. Так, указанной организацией опубликовано «Руководство по распознаванию деятельности, которая может быть связана с контрабандой людей и торговлей людьми – финансовые сигналы опасности»

от 11 сентября 2014 года

¹⁶ Енгальцев В.Ф., Зайцева О.В. Выявление объектов детской порнографии в виртуальном пространстве / Фундаментальная лингвистика и проблемы судебной экспертизы: социальные сети как объект научного и экспертного анализа: программа международной научной конференции. – М. 2021. С. 235 – 240.

№ FIN-2014-A008, а затем «Дополнительные рекомендации по выявлению и сообщению о торговле людьми и связанной с ней деятельности» от 15 октября 2020 года № FIN-2020-A008. Данная информация адресована общественности, а также членам финансового сектора, правоохранительным органам и некоммерческим организациям, участвующим в противодействии сексуальной эксплуатации и торговле людьми. В представленных руководящих документах делается акцент на ценности информации, собираемой финансовыми учреждениями и представляемыми в FinCEN с учетом требований законодательства о банковской тайне.

Так, «Дополнительными рекомендациями по выявлению и сообщению о торговле людьми и связанной с ней деятельности»¹⁷ для финансового сектора приведены поведенческие признаки, позволяющие с большой долей вероятности отнести активность лица к противоправной. Указанные признаки касаются, как производства платежей с использованием традиционного банковского сектора, так и транзакций с использованием онлайн-платежей и криптовалют.

К указанным признакам в том числе относятся:

- транзакционная деятельность в основном происходит вне обычных часов работы организации (например, ночью совершается большое количество транзакций), расчет почти всегда осуществляется наличными, а общий объем платежей, их количество и масштабы превышают критерии оценки для бизнес-модели в указанной сфере предпринимательской деятельности;

- лицо часто покупает и использует карты оплаты¹⁸;

- учетная запись потребителя услуг имеет общие идентификаторы, такие как номер телефона, адрес электронной почты и имя пользователя в социальных сетях, или адрес, связанные с Интернет-сайтами, предоставляющими услуги коммерческого секса или рекламу на них;

- частые транзакции по оплате услуг, размещенных на соответствующих Интернет-сайтах объявлений и расположенных в иностранных юрисдикциях;

- клиент часто отправляет или получает средства через криптовалюту на Интернет-сайты в Darknet, которые связаны с противоправной деятельностью;

- частые транзакции с использованием сторонних платежных систем, которые

¹⁷ Supplemental Advisory on Identifying and Reporting Human Trafficking and Related Activity, FIN-2020-A008 / FinCEN bureau of the U.S. Department of the Treasury. Yandex Documents [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/jw2ozy> (дата обращения: 15.02.2026).

¹⁸ Носитель, на котором хранится зашифрованная стоимость – деньги, минуты, литры, количество поездок, и т.д. Предоплаченные карты не привязаны к банковскому счёту, средства зачисляются на безымянный счёт, а операции проводятся не от имени держателя карты, а от банка-эмитента, который её выпустил.

скрывают отправителей и/или получателей платежей;

– клиент избегает транзакций, требующих предоставления документов, удостоверяющих личность, а также предоставления отчетности.

Кроме того, по оценкам FinCEN к типовым способам использования злоумышленниками криптовалют в вопросах сокрытия причастности к деятельности по сексуальной эксплуатации несовершеннолетних относится использование: торговых площадок Darknet, осуществляющих оборот указанной запрещенной информации; одноранговых крипто-бирж, позволяющих пользователям обмениваться напрямую цифровыми активами; крипто-миксеров и крипто-киосков, предоставляющих возможности по объединению («смешению») цифровых активов, полученных от нескольких лиц, кошельков или счетов. Для таких расчетов в основном используется Bitcoin¹⁹.

Приведенные технологии осуществления криптовалютных транзакций в целях сексуальной эксплуатации несовершеннолетних затрудняет деятельность правоохранительных органов по борьбе с ней.

Вместе с тем имеется и соответствующих положительный опыт в указанной сфере. Так, в рамках проведенной полицейской операции, заблокирован один из наиболее известных Интернет-сайтов («Welcome to Videosite»), расположенных в Darknet, осуществляющих оборот запрещенной информации. Указанный Интернет-сайт использовал Bitcoin для монетизации распространения материалов с сексуальной эксплуатации несовершеннолетних. Каждому пользователю Интернет-сайта в пользование предоставлялся адрес крипто-кошелька для расчетов на указанном сайте. Bitcoin использовался пользователями для покупки цифровых активов («кредитов») для доступа к запрещенной информации на Интернет-сайте. Такие цифровые активы также можно было заработать путем загрузки на Интернет-сайт ранее не известных материалов с изображениями сексуальной эксплуатации детей.

Использование специального программного обеспечения для анализа моделей транзакций криптовалют в публичном реестре позволило определить крипто-биржи, используемые для покупки Bitcoin. По результатам направленных запросов правоохранительными органами получена информация о банковских счетах, используемых злоумышленниками в противоправной деятельности. Это позволило

¹⁹ Use of Convertible Virtual Currency for Suspected Online Child Sexual Exploitation and Human Trafficking: Threat Pattern & Trend Information, January 2020 to December 2021 (перевод с англ. яз.: Использование конвертируемой виртуальной валюты лицами, подозреваемыми в сексуальной эксплуатации детей в сети Интернет и торговле людьми: модель и тенденция угроз. Информация по состоянию на январь 2020 г. – декабрь 2021 г.) / FinCEN bureau of the U.S. Department of the Treasury. Yandex Documents [сайт]. Режим доступа: <https://goo.su/TLsKo7v> (дата обращения: 15.02.2026).

задержать 337 человек из 38 стран мира²⁰.

В рамках проведенной специальной операции в том числе свою эффективность доказало использование правоохранительными органами специального вредоносного программного обеспечения для получения доступа к серверу Интернет-сайта для его последующего дистанционного обследования.

При этом соответствующий положительный опыт противодействия злоумышленникам, использующим криптовалюты для совершения противоправных транзакций, накоплен и в России.

Так, отдельные методические и тактические подходы изучения блокчейн-технологий в целях документирования преступной деятельности приведен различной научно-практической литературе²¹.

В заключении статьи стоит отметить, что информационно-телекоммуникационная инфраструктура выступает неотъемлемым элементом, облегчающим злоумышленникам доступ к несовершеннолетним в целях их сексуальной эксплуатации. При этом повсеместное внедрение современных технологий свидетельствует об экспоненциальном росте различных противоправных посягательств в отношении половой свободы и половой неприкосновенности несовершеннолетних.

В целях противодействия указанным преступным проявлениям, а также в рамках дальнейшего импортозамещения следует развивать отечественное специальное программное обеспечение, позволяющее эффективно выявлять и документировать противоправную деятельность в сети Интернет.

Указанная поисково-аналитическая деятельность, связанная с выявлением и расследованием преступлений, совершаемых в сети Интернет, также зависит и от своевременного научно-правового обеспечения.

²⁰ Rick Brown Eliminating Online Child Sexual Abuse Material. Стр. 161 – 162.

²¹ Противодействие финансированию терроризма и диверсий, совершаемых с использованием криптовалют: монография / О.Н. Тисен. – М.: Юрлитинформ, 2025. – 242; Титов А.А. Методы противодействия криптопреступности с использованием криминалистического анализа данных блокчейна / Вестник Воронежского института МВД России – Воронеж. 2025. Стр. 282 – 287.

UDC 34:796.06

Rybalkin E.S. Legal regulation of sports management in the Russian Federation

Правовое регулирование спортивного менеджмента в Российской Федерации

Rybalkin Egor Sergeevich,

Graduate Student, Volgograd State University, Volgograd

Рыбалкин Егор Сергеевич,

аспирант кафедры менеджмента и маркетинга, Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Abstract. *The article examines the fundamentals and specific features of legal regulation of sports management as a complex, intersectoral phenomenon at the national level in the Russian Federation. The paper analyzes the system of regulatory legal acts (constitutional foundations, federal legislation, and certain provisions of the civil and labor legislation of the Russian Federation) governing sports, focusing on individual entities governing physical education and sports in Russia. The study identifies current areas for improvement in the Russian legal regulation of sports management.*

Keywords: *Sports management, physical education and sports, legal regulation, legislation, sports law, professional sports.*

Аннотация. В данной статье рассматриваются основы и особенности правового регулирования спортивного менеджмента как комплексного, межотраслевого явления на национальном уровне в Российской Федерации. В работе анализируется система нормативных правовых актов (конституционные основы, федеральное законодательство, отдельные нормы гражданского и трудового законодательства Российской Федерации), регулирующих спорт, уделено внимание отдельным субъектам управления физической культурой и спортом в России. По итогу проведенного исследования выявлены актуальные направления совершенствования российского правового регулирования спортивного менеджмента.

Ключевые слова: спортивный менеджмент, физическая культура и спорт, правовое регулирование, законодательство, спортивное право, профессиональный спорт.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

В настоящее время спорт приобретает всё большее значение в жизни общества, превратившись из преимущественно социальной и оздоровительной сферы в самостоятельную отрасль экономики в современном мире. Профессиональные спортивные организации, лиги, спортивный маркетинг, проведение крупных международных и национальных спортивных соревнований – все это формирует особую управленческую деятельность, обозначаемую понятием «спортивный менеджмент». Эффективность данной деятельности напрямую зависит от уровня и качества ее правового обеспечения, нормативного регулирования на уровне отдельно взятого государства.

Спортивный менеджмент представляет собой как управление публичной политикой государства в области физической культуры и спорта (реализуется за счет бюджетных средств и подчинено общим задач охраны здоровья граждан, развития

спорта на национальном уровне), так и управление частными организациями – спортивными клубами, лигами, федерациями, действующими на началах автономии и самоуправления. Подобная двойственность предопределяет комплексный, межотраслевой характер правового регулирования спортивного менеджмента.

Целью настоящего исследования является системная характеристика нормативно-правовой базы спортивного менеджмента в России и анализ системы субъектов управления сферой физической культуры и спорта.

1. Спортивный менеджмент и предмет его правового регулирования

В управленческой науке под спортивным менеджментом понимают самостоятельный вид профессиональной управленческой деятельности, направленной на достижение целей физкультурно-спортивных организаций, действующих в условиях рыночных отношений. Объектом такого управления выступают спортивные организации, а также отдельные процессы проведения физкультурных и спортивных мероприятий. В отечественной литературе спортивный менеджмент традиционно рассматривается во взаимосвязи с правовым регулированием соответствующих отношений, поскольку любое управленческое решение в настоящей сфере должно опираться на императивные нормативные предписания [6].

С правовой точки зрения спортивный менеджмент не образует обособленной отрасли права. Регулирующие его нормы относятся к различным отраслям и в совокупности формируют комплексное правовое образование – спортивное право. Особенность спортивного права состоит в сочетании публично-правовых и частноправовых начал и методов (императивного регулирования отношений «государство – субъект спорта» и диспозитивного регулирования договорных и корпоративных отношений между самими участниками спортивной деятельности) [7].

Предмет правового регулирования спортивного менеджмента образует широкий круг общественных отношений: отношения в рамках выработки и реализации государственной политики в области физической культуры и спорта, организационные отношения внутри спортивных организаций, трудовые отношения с участием спортсменов и тренеров, гражданско-правовые отношения по аспектам, связанным с договорными особенностями проведения соревнования, спонсорства передачи прав на спортивные трансляции, а также отношения по разрешению споров в области гражданского процессуального законодательства. Комплексность предмета обуславливает особенности системы нормативно-правового регулирования спортивного менеджмента на национальном уровне [9].

2. Система нормативно-правового регулирования спортивного менеджмента

Нормативную основу спортивного менеджмента образует многоуровневая система источников правового регулирования.

Конституционные основы

В первую очередь выделяются конституционные основы, закладывающие базовые ориентиры спортивного регулирования в России. Так, согласно Конституции Российской Федерации государством поощряется способствующая укреплению здоровья человека, развитию физической культуры и спорта деятельность, что свидетельствует об официальном закреплении поддержки спорта в качестве конституционно значимой цели государственной политики [1]. Принципиальное значение имеет и распределение предметов ведения, согласно которому общие вопросы физической культуры и спорта отнесены к совместному ведению Российской Федерации и ее субъектов. Настоящее конституционное отнесение физической культуры и спорта к совместному ведению предопределяет двухуровневую (федеральную и региональную) модель управления спортом в стране и соответствующее разграничение полномочий между органами публичной власти.

Федеральное законодательство

Центральное место в системе источников занимает Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (далее – ФЗ N 329) как системообразующий нормативный правовой акт, закрепляющий современную модель организации отрасли спорта [4]. Настоящий закон структурно охватывает практически все институты спортивного менеджмента: субъекты физической культуры и спорта, разграничение полномочий органов публичной власти, организация деятельности физкультурно-спортивных организаций, олимпийского движения и спортивных федераций, вопросы спортивной подготовки, разрешения споров, а также международной спортивной деятельности. Так, например, в соответствии с настоящим федеральным законом в Российской Федерации на законодательном уровне закреплён термин физкультурно-спортивной организации как юридического лица независимо от его организационно-правовой формы, осуществляющего деятельность в области физической культуры и спорта в качестве основного вида деятельности, в том числе имеющего право на оказание физкультурно-оздоровительных услуг.

Важно отметить, что закон неоднократно подвергается изменениям в соответствии с актуальными проблемами развития физической культуры и спорта на национальном уровне – например, в 2021 г. была проведена гармонизация законодательства о физической культуре и спорте с законодательством об образовании, в результате которой спортивная подготовка была интегрирована в систему дополнительного

образования через дополнительные образовательные программы спортивной подготовки [5].

Трудовое, гражданское и иное отраслевое законодательство

Значительный пласт отношений в области спортивного менеджмента регулируется трудовым, гражданским и иным отраслевым законодательством. Так, отдельная глава Трудового кодекса Российской Федерации отдельно посвящена особенностям регулирования труда спортсменов и тренеров, устанавливая специфику заключения и содержания трудовых договоров с участниками спортивных отношений, особенности проведения медицинских осмотров, временных переводов спортсменов к другому работодателю, особые основания и условия прекращения трудовых отношений со спортсменами [2]. Указанные нормы образуют правовую основу управления персоналом в профессиональном спорте на национальном уровне.

Гражданское законодательство опосредует имущественный оборот в спорте: создание и деятельность юридических лиц (коммерческих и некоммерческих физкультурно-спортивных организаций), договоры спонсорства и оказания услуг, отношения по поводу интеллектуальной собственности, прав на трансляции спортивных мероприятий и др. [3].

Отдельные подзаконные акты и нормы саморегулирования (lex sportiva)

Значительная часть регулирования физической культуры и спорта осуществляется на подзаконном уровне: указами Президента Российской Федерации, постановлениями Правительства, приказами Министерства спорта Российской Федерации как уполномоченного федерального органа исполнительной власти. К ним относятся, в частности, федеральные стандарты спортивной подготовки, порядок государственной аккредитации спортивных федераций, правила ведения отраслевых реестров и др. Подзаконные акты конкретизируют положения законодательства и обеспечивают единообразие управленческой практики.

Отдельной особенностью спортивной сферы является широкое распространение норм негосударственного происхождения lex sportiva. К ним относятся уставы и регламенты спортивных федераций и профессиональных лиг, регламенты соревнований, а также акты международных спортивных организаций [8]. Настоящие нормы являются обязательными для участников спортивной деятельности в силу членства и договорного присоединения и фактически регулируют значительную долю управленческих отношений в области спорта. Например, самостоятельным элементом данной системы выступает спортивный арбитраж.

Таким образом, нормативно-правовая база спортивного менеджмента носит выраженный межотраслевой характер.

3. Субъекты управления в сфере физической культуры и спорта

Система субъектов управления спортом носит смешанный, государственно-общественный характер. ФЗ N 329 относит к субъектам физической культуры и спорта широкий круг участников – от органов публичной власти до спортивных клубов и отдельных граждан. В рамках настоящего исследования представляется целесообразным выделить публично-правовые субъекты, общественно-государственные структуры и непосредственно организации спортивной индустрии на национальном уровне.

Публично-правовые субъекты (государственное управление)

На федеральном уровне выработка и реализация государственной политики, нормативно-правовое регулирование в области физической культуры и спорта осуществляется Правительством Российской Федерации и Министерством спорта Российской Федерации. К федеральным полномочиям отнесены, в частности, разработка и реализация государственных программ, утверждение порядка признания видов спорта и ведения Всероссийского реестра видов спорта и др.

Поскольку физическая культура и спорт находятся в совместном ведении, существенная часть полномочий закреплена за субъектами Российской Федерации и органами местного самоуправления, реализующими преимущественно задачи развития массового спорта на соответствующей территории. Подобная многоуровневая система требует четкого разграничения компетенции во избежание дублирования управленческих функций.

Олимпийский комитет России и иные общественно-государственные структур

Особое положение в системе управления занимает Олимпийский комитет России, являющийся общероссийским союзом и руководящим органом олимпийского движения в стране. Он представляет государство во взаимоотношениях с Международным олимпийским комитетом и иными международными спортивными организациями, обеспечивает участие национальной команды в Олимпийских играх. Сходными функциями применительно к своим направлениям наделены Паралимпийский, Сурдлимпийский комитеты России, Специальная олимпиада России, самостоятельную роль играет общероссийская антидопинговая организация. Настоящие структуры действуют на началах взаимодействия государства и общества, сочетая общественную природу с выполнением публично значимых задач.

Общероссийские и региональные спортивные федерации

Ключевым звеном отраслевого управления выступают спортивные федерации (местные, региональные, общероссийские). Принципиальное значение для спортивного менеджмента имеет механизм делегирования публичных функций. Получив

государственную аккредитацию, федерация фактически наделяется полномочиями публичного характера: она организует и проводит официальные спортивные соревнования, разрабатывает и утверждает правила вида спорта, формирует спортивные сборные команды. Передача публичных по существу функций частным (общественным) организациям повышает гибкость управления, одновременно порождая вопросы о пределах их полномочий и формах контроля за их деятельностью [11].

Профессиональные лиги, спортивные клубы и агенты

Базовым субъектом спортивной индустрии являются физкультурно-спортивные организации и спортивные клубы, осуществляющие подготовку спортсменов и участие в соревнованиях. На этом уровне спортивный менеджмент приобретает наиболее выраженное корпоративное и договорное измерение: заключаются трудовые договоры со спортсменами и тренерами, оформляются трансферы игроков, решаются вопросы коммерческого использования спортивных мероприятий и объектов. Регулирование настоящих отношений строится на сочетании норм закона, регламентов соответствующих федераций и лиг, а также трудовых и гражданско-правовых договоров [10].

Проведенный анализ показывает, что правовое регулирование спортивного менеджмента в Российской Федерации носит комплексный, межотраслевой характер и опирается на многоуровневую систему источников. Управление сферой физической культуры и спорта осуществляется смешанной системой субъектов, в которой органы публичной власти сочетаются с общественно-государственными структурами и организациями спортивной индустрии.

Дальнейшее развитие правового регулирования спортивного менеджмента должно быть направлено на повышение системности законодательства, уточнение статуса субъектов, осуществляющих публичные функции, развитие механизмов разрешения споров и цифровизацию управления. Совершенствование нормативной базы и институциональной структуры управления является необходимым условием устойчивого функционирования отечественной спортивной отрасли в современных условиях.

References

Нормативные правовые акты Российской Федерации

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]: URL: <http://www.pravo.gov.ru>.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 29.12.2025, с изм. от 15.05.2026) // СЗ РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 3.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 10.06.2026) // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
4. Федеральный закон Российской Федерации от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 24.06.2026) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации // СЗ РФ. 2007. № 50. Ст. 6242.
5. Федеральный закон от 30.04.2021 № 127-ФЗ (ред. от 17.02.2023) "О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» и Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2021. № 18. Ст. 3071.

Литература

6. Алексеев С.В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте: учебник для вузов / С.В. Алексеев. Москва: Советский спорт, 2017.
7. Злобин А. В. Формы права в современной России // Lex Russica. 2018. № 4. С. 23–36.
8. Садомская Д.В. Lex sportiva как феномен регулирования международных спортивных отношений // Контентус. 2018. 6 с.
9. Спортивное право России. Правовые основы физической культуры и спорта. Учебник / Алексеев С.В.; Под ред.: Крашенинников П.В. - М.: Закон и право, ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 927 с.
10. Стегалина К.С., Калашникова Е.Б. Спортивное право как отрасль права // OlymPlus. Гуманитарная версия. 2016. № 1. С. 65–67.
11. Филимонова С.И. Физическая культура и спорт – пространство, формирующее самореализацию личности: монография / С.И. Филимонова. Москва: Теория и практика физической культуры, 2004. 313 с.
12. Чубаров В. В. К теории и практике спортивного арбитража // Основные проблемы частного права: сб.ст. к юбилею д-ра юрид. наук, проф. А. Л. Маковского. – М.: Статут, 2010. С. 356–372
13. Шевченко О. А. Международное и сравнительное трудовое право в сфере профессионального спорта: монография. – М.: Проспект, 2014. 145 с.

UDC 34

Shaboyan A.D., Shumilina A.B. Small and medium-sized business in modern Russia: concept, legal regulation, rights, and interests

Малый и средний бизнес в современной России:
понятие, правовое регулирование, права и интересы

Shaboyan Artem Davidovich

student

1st year, Faculty of Magistracy Department
Don State Technical University

Shumilina Anastasia Borisovna,

Candidate of Legal Sciences,

Associate Professor of the Department of Commercial and Business Law
Don State Technical University

Шабоян Артем Давидович

студент

1 курс, факультет «Отдел магистратуры»

Донской государственный технический университет

Научный руководитель

Шумилина Анастасия Борисовна, кандидат юридических наук, доцент кафедры

«Коммерческое и предпринимательское право»

Донской государственный технический университет

Abstract. This article examines the current state of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation. The role of small and medium-sized businesses in the economy is identified. The legal regulation of small and medium-sized businesses is considered.

Keywords: small and medium-sized enterprises, legal guarantees for small and medium-sized businesses, business, economy.

Аннотация. В данной статье рассмотрено современное состояние малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Выявлены роль малого и среднего бизнеса в экономике. Рассмотрено правовое регулирование малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, правовые гарантии для малого и среднего бизнеса, бизнес, экономика.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

В современном контексте каждая страна мобилизует ресурсы для поддержки сектора – малый и средний предпринимательский – который несомненно занимает ключевое место, выступая фактором в развитии экономики, национальной экономики. При этом динамика малых и средних предприятий, прежде всего, выступает как индикатор: она отражает экономическую устойчивость и стабильность всей системы. Актуальность темы продиктована современной конъюнктурой – периодом, когда

государства остро соперничают за свое место в международной экономике. Сектор – малое и среднее предпринимательство – традиционно служит ключевым двигателем экономического прогресса. Вопросы развития малых предприятий обсуждаются в разных кругах: предпринимателями, органами власти, исследователями; и просто граждане. Несмотря на широкий общественный интерес, теоретическая проработка, правовое регулирование и практическая реализация по-прежнему требуют более глубокой разработки.

Таким образом, целью исследовательской работы является анализ, выявление характерных признаков и правосубъектность малого и среднего бизнеса.

Ныне, в национальной правовой системе, формируется и фиксируется правовой статус малых и средних субъектов, среднего предпринимательства, давая определение малому и среднему предпринимательству (МСП). В качестве основного нормативного акта выступает Федеральный закон от 24 июля 2007 209 ФЗ О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, далее именуемый закон о развитии МСП, – этот документ малого и среднего предпринимательства он определяет приоритетные направления государственной политики в сфере поддержки и одновременно регулирует инструменты и формы содействия таким субъектам.

В соответствии с пунктом 1 статьи, предусмотренной законом, 3 закона о развитии МСП, в число субъектов малого и среднего включаются хозяйствующие субъекты, отвечающие критериям, установленным законом,²² предпринимательства – хозяйствующие субъекты, отвечающие критериям, установленным законом, вносимые в специальный реестр и распределяемые по масштабам деятельности: как микропредприятий малых, так и средних предприятий. Такие организации могут действовать в качестве юридических лиц либо функционировать как индивидуальные предприниматели ИП.

В области предпринимательского права термин «малого и среднего», применительно к хозяйствующим субъектам, в правовой мысли нередко фигурирует как означающий, и именно обычно понимают категорию экономической деятельности, охватывающую малыми и средних предприятий а также индивидуальными предпринимателями такая конструкция, причем при этом учитываются многообразные организационно правовые формы, с помощью которых осуществляется предпринимательская деятельность.

Следует подчеркнуть, что малый и средний – как обозначение категориального ряда – не выступают самостоятельной правовой или организационной формой

²² Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 30.07.2007- № 31. - Ст. 4006.

предпринимательства; при этом малые и средние компании могут функционировать в рамках уже установленных форм, сохраняя преемственность правовой организации и хозяйственной практики.

Например, индивидуальные предприниматели объединенные в различные правовые образования, в созданные общества; обществ фермерских хозяйств и хозяйственного направления, фермерские хозяйства и хозяйственные объединения, а также фермерские, в частности крестьянские, хозяйства и иные организационно-правовые формы.

Как отмечалось ранее, субъект хозяйствования может квалифицироваться как малое или среднее предприятие при соблюдении условий, изложенных в статье 4 Федерального закона, регулирующего отношения в данной области развитие малого и среднего бизнеса в пределах Российской Федерации. Перечень таких условий охватывает различные стороны деятельности: прежде всего устанавливаются правила формирования уставного капитала. При этом организации публично правовые, как правило, не вправе иметь долю, превышающую 25% уставного капитала; это ограничение распространяется и на общества с ограниченной ответственностью. Численность персонала должна укладываться в установленные рамки. Например для отнесения к малым штат не должен превышать 100 человек. Наконец, оцениваются финансовые параметры и финансовые показатели: например, для субъектов МСП установлен предельный порог годовой выручки.

Следует учитывать, что параметры, в соответствии с которыми разные организационно-правовые формы предпринимательства отнесены к категории субъектов малого и среднего предпринимательства, могут значительно отличаться. Так, например, указанный выше первичный критерий не распространяется на индивидуальных предпринимателей.

В Российской Федерации закон О развитии малого и среднего предпринимательства, принятый как базовый нормативный акт по поддержке бизнеса, вместе с рядом иных нормативных документов, устанавливающих правовой статус МСП как отдельной категории хозяйствующих субъектов, формируют основу осуществления государственной политики в области поддержки предпринимательской инициативы и создания благоприятных условий содействия предпринимательской деятельности. При этом предпринимательства В широком смысле понимается как совокупность разнообразных форм и проявлений экономической деятельности, охватывающая множество конкретных видов коммерческих и некоммерческих операций.

В рамках данной политики следует учитывать, что политические социальные экономические меры, устанавливаемые законом, а также иные организационные механизмы и инструменты, которые предназначены для осуществления поддержки и воздействия.

Главная ее цель – стимулировать развитие и одновременно обеспечить защиту малых и средних предприятий, рассматриваемых как независимые участники экономических отношений; это распространяется на уровни публичного управления и в их проявлениях в различных секторах экономики.

В числе таких актов значится долгосрочная программа поддержки программа по поддержке малого и среднего бизнеса в Российской Федерации до 2030 года, введенная в действие постановлением Правительства Российской Федерации № 1083 р. от 2 июня 2016 года. В документе сформулированы основные задачи и ориентиры государственной политики в отношении – малому и среднему – предпринимательству; при этом большая часть положений носит универсальный характер: предусматривается рост численности субъектов МСП, расширение номенклатуры выпускаемой ими продукции и иные сопутствующие изменения. В числе приоритетных мер – действия, направленные на защиту хозяйствующих субъектов, в частности – создание благоприятных условий для их развития, включая правовую составляющую. Кроме того, из ключевых принципов проводимой политики выделяют предоставление правовых гарантий предпринимательской деятельности; среди них – прозрачность и предсказуемость налогового законодательства.

В общем, рассматриваемая Стратегия отражает основные интересы малых и средних предприятий в условиях нынешнего этапа развития предпринимательства в Российской Федерации. К числу таких интересов относятся:

- 1) поддержка и стимулирование роста предпринимательских субъектов звена – малого и среднего – и укрепление их потенциала в условиях справедливой конкуренции;
- 2) создание благоприятных законодательных, налогово-финансовых, инвестиционно-ориентированных и прочих условий в целях их устойчивого развития;
- 3) оказание целевой поддержки, адресованной малым и средним предприятиям, по вопросам коммерциализации продукции (услуг, работ), а также по использованию прав интеллектуальной собственности на территории на национальных и зарубежных рынках;
- 4) для получения конкурентных преимуществ требуется в первую очередь строгое соблюдение налоговых, трудовых и регуляторных норм, а также экологических и прочих требований включая обязательные стандарты и регламенты.

При анализе правовых норм в области гражданского и коммерческого права многие эксперты выделяют обеспечение правовой поддержки малых и средних бизнес-структур, закреплённой в официальных государственных документах²³.

В их число включаются:

- 1) гарантированное право: права заниматься хозяйственной деятельностью, обеспеченные и защищенные соответствующими нормами;
- 2) право на приобретение имущества, требуемого для определенного рода деятельности, в объеме, отвечающем практическим потребностям этой деятельности;
- 3) право на защиту собственности от незаконного и безосновательного изъятия, с охватом случаев, требующих дополнительной правовой защиты;
- 4) возможность свободно определять область деятельности в пределах установленных законодательством норм, регулирующих соответствующие сферы;
- 5) возможность самостоятельно распоряжаться собственностью, изготовленными товарами и получаемой прибылью;
- 6) защиту, выраженную в форме б защита от недобросовестной конкуренции и от монопольных практик, проявляемых и исходящих со стороны компаний и их союзов;
- 7) право – 7 право – на самостоятельное установление цен, а также формы и способы сбыта продукции, которые субъект определяет и реализует самостоятельно;
- 8) возможность самостоятельно формировать штат сотрудников и решать иные вопросы организации работы.

Следует отметить, правовое обеспечение деятельности малых и средних предпринимательских структур входит в состав общего правового поля, регулирующего предпринимательскую деятельность. Кроме того, значительная часть прав субъектов бизнеса базируется на универсальных правах и законных интересах граждан. Поскольку конституция предусматривает права, связанные с предпринимательской деятельностью, специальные гарантии закреплёны в Гражданском кодексе Российской Федерации, в положениях которого зафиксированы соответствующие правовые положения, (в дальнейшем – ГК РФ). В частности, согласно статье 23 Гражданского кодекса РФ²⁴, в соответствии с которой гражданин может заниматься бизнесом без образования юридического лица после того как он будет официально зарегистрирован как индивидуальный предприниматель, за исключением тех случаев, которые прямо установлены законом.

²³ Власов, А. А. Арбитражный процесс : учебник для вузов / А. А. Власов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 337 с.

²⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.10.2024) // Собрание законодательства РФ. - 05.12.1994. - № 32. - Ст. 3301.

Отметилось расширение объема полномочий и ресурсов хозяйствующих субъектов, которое открыло дополнительные институциональные возможности для их хозяйственной деятельности, что, в свою очередь, явилось следствием и сопровождалось значительным ростом предпринимательской активности, затронувшим, в том числе – малый и средний – бизнес и предприятия.

Так, представители предпринимательской деятельности имели возможность покупать и продавать валюту на основе договоров во всех кредитных организациях, а также на валютных площадках, привлекать иностранных специалистов в статусе сотрудников, а также самостоятельно принимать решения относительно направления своих сотрудников в командировки за границу.

Особое внимание заслуживает нормативное регулирование, которое ориентировано на обеспечение и защиты интересов предпринимательских субъектов – причем в том числе малый и средний сектор экономической активности. Аналогично прочим правовым участникам, представители малого и среднего предпринимательства пользуются гарантией юридической защиты: это совокупность мер, предоставляющих уполномоченному лицу возможность применять правоохранительные процедуры для восстановления нарушенного или оспариваемого правового интереса и тем самым возвращать нарушенные права в допустимые границы.

Учитывая что деятельность малого и среднего, и принимая это за отправную позицию, самостоятельная хозяйственная деятельность малых и средних субъектов хозяйствования, осуществляемая непосредственно самими владельцами бизнеса, нередко сопровождается посягательствами, направленными на защиту прав и интересов, которые способны затрагивать права и деловую репутацию, посягая при этом на возможность отстаивать свои права и даже на их право на нормальное ведение дела. Поэтому следует выделить ключевые средства защиты: прежде всего – совокупность правоохранительных механизмов, к которым субъект предпринимательской деятельности может обратиться для охраны интересов; далее – приемы и способы которыми сам предприниматель способен воздействовать на нарушителя наконец если собственные попытки не дали результата он вправе прибегнуть к мерам государственного принуждения и обратиться в суд.

В целом можно констатировать, что право на защиту, присущее субъектам малого и среднего предпринимательства, по существу близко к тем защитным механизмам, которыми располагают иные правовые субъекты, хотя и приобретает специфическую конкретику в связи с особенностями их правового статуса. Содержание такого права изменяется в зависимости от организационно-правовой формы: корпоративные структуры – малые и средние компании –, например, вправе отстаивать

деловую репутацию в то время как индивидуальные предприниматели, рассматриваемые как физические лица, могут отстаивать честь и достоинство и пользоваться рядом дополнительных процессуальных и материальных средств защиты.

К основополагающим гарантиям субъектов МСП также относится установленное положение: государственное вмешательство в деятельность предпринимателей возможно только в строго определенных пределах, закрепленных нормативными правовыми актами и регламентируемых специальными процедурами.²⁵ Законом Кроме того, следует отметить – недопустимо изымание финансовых ресурсов с банковских счетов компаний контролирующими государственными органами вне предусмотренной судебной процедуры, за исключением прямо установленных законом обстоятельств. При несогласии субъектов МСП с мерами, примененными такими органами, предусмотрен механизм обжалования их решений в суде, который дает возможность оспаривать соответствующие решения в установленном порядке.²⁶

В Российской Федерации правовая регламентация, охватывающая малый и средний бизнес, опирается на исчерпывающие правовые нормы. В частности, нормативы закрепляют базовые полномочия физических лиц, которые дают им возможность учреждать юридические лица заниматься предпринимательством и защищать свои экономические интересы. Кроме того, в законах предусмотрены права и меры обеспечения для субъектов малого и среднего бизнеса, – комплекс специальных гарантий, поддержки и процедур, ориентированных на их потребности, что составляют государственную политику в области предпринимательства, формируя тем самым важнейший сектор экономической стратегии государства.

Исходя из изложенного, можно уверенно утверждать, что экономические субъекты малого и среднего уровня, включая соответствующие предприятия, выступают полноправными участниками экономических и сопутствующих процессов; они действуют, обладая широким набором прав, многие из которых продиктованы спецификой ведения бизнеса и направлены на урегулирование возможных угроз, регламентных действий и поддержание деловых связей, значимых для функционирования рынка. Так, например, предусмотрено право противодействия несправедливым конкурентным практикам.

В связи с этим для субъектов малого и среднего бизнеса требуется внедрение подходов и инструментов, нацеленное конкретно на защиту прав и интересов –

²⁵ Анисимов, А. П. Гражданское право. Особенная часть (части III-IV ГК РФ) / А. П. Анисимов. - М.: Юрайт, 2023. - 243 с.

²⁶ Зенин, И. А. Гражданское право. Общая часть / И.А. Зенин - М.: Юрайт, 2023. 527 с

законных и деловых, с учетом присущей этой сфере специфики и практических нюансов функционирования.

References

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.10.2024) // Собрание законодательства РФ. - 05.12.1994. - № 32. - Ст. 3301.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 30.07.2007- № 31. - Ст. 4006.
3. Анисимов, А. П. Гражданское право. Особенная часть (части III-IV ГК РФ) / А. П. Анисимов. - М.: Юрайт, 2023. - 243 с.
4. Власов, А. А. Арбитражный процесс : учебник для вузов / А. А. Власов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 337 с.
5. Зенин, И. А. Гражданское право. Общая часть / И.А. Зенин - М.: Юрайт, 2023. 527 с

UDC 004.9+34

Styslovich A.P. The nature of information and communication technologies in civil justice in BRICS countries

Информационно-коммуникационные технологии в деятельности по осуществлению правосудия в странах БРИКС

Styslovich Anatolij Petrovich,

Autonomous Non-Commercial Research Organization 'International Institute of Informatization and Public Administration named after P.A. Stolypin', Moscow, Russia

Стыслович Анатолий Петрович,
Автономная некоммерческая научно-исследовательская организация «Международный институт информатизации и государственного управления им. П.А. Столыпина»,
Москва, Россия

Abstract. In this article, the author analyzes the legal nature of information and communication technologies in the civil justice systems of BRICS countries. An analysis of doctrinal studies revealed ambiguity in their legal nature. Legal doctrine does not contain a generally accepted definition of information and communication technologies. This fact confirms that, as the legal and technical relations of this international community develop, practical legal and technical uncertainty may arise, affecting the quality of civil dispute resolution processes. Having analyzed doctrinal studies of BRICS countries, the author provides her own definition of information and communication technologies in civil justice.

Keywords: information and communication technologies, civil disputes, legal relations, e-justice, BRICS

Аннотация. В статье автор проводит анализ правовой природы информационно-коммуникационных технологий в гражданском правосудии стран БРИКС. Анализ доктринальных исследований позволил понять о наличии неоднозначности в их правовой природе. Правовая доктрина не содержит общепринятого определения информационно-коммуникационных технологий. Данный факт подтверждает, что в дальнейшем, по мере развития правовых и технических правоотношений данного международного сообщества, может появиться практическая правовая и техническая неопределенность, что скажется на качестве процессов разрешения гражданско-правовых споров. Автор, проанализировав доктринальные исследования стран БРИКС, приводит свое собственное определение информационно-коммуникационных технологий в гражданском правосудии.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, гражданско-правовые споры, правоотношения, электронное правосудие, БРИКС

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Развитие электронного и, как следствие, цифрового правосудия является не линейным процессом, а динамичной реакцией правовых систем стран БРИКС на создаваемые прогрессом вызовы: расширение рынков, появление новых технологий, усложнение экономического оборота, публикация отношений, ужесточение законодательства и пр. В зависимости от периода развития электронного (цифрового) правосудия его основные черты и характеристики подвержены изменению путём приспособления под конкретные общественно-экономические реалия. Единственное, что в этом институте является устойчивой константой – это использование информационно-коммуникационных технологий.

По мнению автора, существуют некоторые общие закономерности возникновения потребности информационно-коммуникационных технологий в области осуществления правосудия в странах БРИКС. Причины возникновения потребности общества и государства в усовершенствовании процесса разрешения гражданских правовых споров, посредством интеграции технологий и правосудия, объясняются автором факторами, находящимися между собой в определённой связи. Автор считает, что данные причины характеризуются как реализация принципов гласности, доступности и законности правосудия.

Проведя системообразующий анализ научных исследований различных представителей стран БРИКС, автор приходит к выводу о неоднозначной правовой природы информационно-коммуникационных технологий в гражданском правосудии. Несмотря на то, что исследователи проводят анализ правовой природы информационных коммуникационных технологий, они не акцентируют внимание на имеющиеся гражданско-правовые особенности. Следует отметить, что в большей части исследователи акцентируют внимание на техническую составляющую, без учета особенностей сферы применения данных технологий.

Орлянская Н.П., Нагоев А.В. (Россия) в своей работе «Проблемы проектирования и внедрения информационной системы» закрепляют, что «информационно-коммуникативные технологии объединяются методом, средством и системой, связанные со сбором, производством, обработкой, передачей, распространением, хранением, эксплуатацией, представлением, использованием, защитой различных видов информации» [8, с.3].

Цзиньпин Сун и Энру Ван (Китай) в статье «Информационно-коммуникационные технологии Китая в географической перспективе» дают следующее определение информационным коммуникационным технологиям – это «технологии, используемые для обработки информации и коммуникации, включая компьютерное оборудование, программное обеспечение, сети и связанные с ними услуги» [1].

Как отмечается в институте Vajiram & Ravi (Индия), под информационными коммуникационными технологиями понимается «любое коммуникационное устройство или приложение, позволяющее пользователям получать доступ, извлекать, хранить, передавать и изменять информацию в цифровом формате, например, посредством использования мобильного телефона, сетевого оборудования, программного обеспечения, Интернета, спутниковой системы и других мультимедийные приложения [2].

В ОАЭ, в соответствии с Bluechip Computer Systems LLC, информационно-коммуникационные технологии представляют собой комбинацию информационных технологий и телекоммуникационных систем для обеспечения эффективной обработки данных и связи [7].

По мнению профессоров Университета Квазулу-Натал Токозани Ян Нзимакве и Прегала Пиллэй (ЮАР) разработчики информационных коммуникационных технологий имеют цель «предоставления компьютерной поддержки как уникального технологического прогресса и решения информационных проблем посредством разработки лучших и более быстрых способов доступа к информации». По их мнению, в информационные коммуникационные технологии входят такие составляющие элементы, как: электронные сообщения и транзакции, аудиовизуальные файлы, мультимедиа и графика, а также Интернет, телекоммуникации, электронные публикации, различные оборудования и сооружения [6].

Шериф Камель (Египет) старший научный сотрудник Академии научных исследований и технологий Египта в работе «Информационно-коммуникационные технологии в целях развития и построения общества знаний в Египте» неоднократно отмечает, что «независимо от вида и предназначения ... признаками информационных коммуникационных технологий являются создание, сбор, хранение, распространение информации» [4].

В Эфиопии, в соответствии со Стратегией информационных коммуникационных технологий, последние охватывают «использование компьютерных технологий и офисных систем для сбора, обработки, хранения и распространения информации» [5].

Каутсарина Каутсарина, Онни Рафизан и другие представители Министерства связи и цифровых технологий Индонезии в работе «Развитие индустрии информационно-коммуникационных технологий в Индонезии» подчёркивают, что в Индонезии термин информационных коммуникационных технологий и связанные с ним правоотношения охватывают следующие сферы: электросвязь, Интернет, приложения и контент, включая секторы радио и телевидения[2].

Рассматриваемые выше мнения, относительно терминологического значения информационных коммуникационных технологий, являются частью целой группы схожих, но не идентичных концепций. Некоторые авторы рассматривают различные сооружения как составную часть информационных коммуникационных технологий, ставя их наравне, например, с телевидением, Интернетом и т.д. По мнению автора, данное заключение является ошибочным. Информационные коммуникационные технологии в первую очередь представляют собой «совокупность методов и процессов» [9, с.48], когда как сооружения являются средством для достижения цели информационных коммуникационных технологий.

Проведя анализ доктринальных исследований правовой природы информационно-коммуникационных технологий, автор приводит свое собственное определение информационно-коммуникационных в деятельности по отправлению гражданского правосудия.

Итак, под информационно-коммуникационными технологиями в гражданском

правосудии следует понимать совокупность производственных процессов программно-технических средств, интегрированных на основе сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации, в целях обеспечения законности правосудия и создания условий для эффективного разрешения судебных споров.

References

1. China's Information and Communication Technology in Geographic Perspective. Текст: электронный. обращения: 08.06.2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/>(дата.
2. Information and Communication Technology Service Industry Development in Indonesia. Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/332683059_Information_and_Communication_Technology_Service_Industry_Development_in_Indonesia (дата обращения: 12.06.2025).
3. Information and Communication Technology, ICT, Types. Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: <https://vajiramandravi.com/upsc-exam/information-and-communication-technology-ict/> (дата обращения: 09.06.2025).
4. Information and Communications Technology for Development (ICT4D) Building the Knowledge Society in Egypt. Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/263654607_Information_and_Communications_Technology_for_Development ICT4D_Building_the_Knowledge_Society_in_Egypt (дата обращения: 10.06.2025).
5. The national information and communication technology policy and strategy. Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: https://unctad.org/system/files/non-official-document/CSTD_2013_WSIS_Ethiopia.pdf (дата обращения: 11.06.2025).
6. Trends and challenges to enhance service delivery in the public sector. Текст: электронный. обращения: 10.06.2025) [Электронный ресурс]. – URL: <https://journals.co.za/doi/pdf/>(дата.
7. What Is Information And Communication Technology (ICT)? Текст: электронный [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bluechipgulf.ae/information-and-communication-technology/> (дата обращения: 09.06.2025).
8. Орлянская Н.П., Нагоев А.В. Проблемы проектирования и внедрения информационной системы // Экономика и бизнес. – 2022. – № 2. – С. 15–20.
9. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. «Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений». – 4-е изд., М., 1997. – 944 с.

MASS MEDIA AND COMMUNICATION

UDC 070.15:316.77:323:004.8

Yakimets M.P. Research and analysis of fake information about the special military operation on the example of the Komsomolskaya Pravda

Исследование и анализ фейковой информации о специальной военной операции на примере издания Комсомольская Правда

Yakimets Michail Petrovitch

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia. School of Arts and Humanities, 4th year.

Academic Supervisor: **Vasilyeva Lyudmila Alekseevna**,

Doctor of Philology, Professor (January 10, 2010, Journalism and Philological Sciences).

Якимец Михаил Петрович

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия.

Школа искусств и гуманитарных наук, 4 курс.

Научный руководитель: Васильева Людмила Алексеевна

доктор филологических наук, профессор (10.01.10 Журналистика филологические науки)

Abstract. The article analyzes the phenomenon of fake information disseminated in the Russian media space in the context of the special military operation. The empirical basis comprises publications from the official website of Komsomolskaya Pravda and the personal Telegram channel of war correspondent Alexander Kots for the period 2022–2026. The aim of the work is to identify the evolution, genre structure, and content-semantic dynamics of fakes, as well as the mechanisms for their debunking. The methodological toolkit includes content analysis, discourse analysis, and comparative analysis. It is established that fakes have evolved from chaotic early-stage disinformation to technologically sophisticated deepfakes and personalized disinformation campaigns. Komsomolskaya Pravda demonstrates a systematic approach to fact-checking; however, its effectiveness is limited by the volume of constantly emerging new fake information. The author also substantiates the role of the war correspondent as a key verifier in the context of hybrid warfare. The results can be used by fact-checking specialists and for educational purposes. factor in the competitiveness of regional media holdings in the digital environment.

Keywords: fake information, disinformation, special military operation, Komsomolskaya Pravda, deepfakes, fact-checking, war correspondent, media security, information warfare.

Аннотация. В статье анализируется феномен фейковой информации, распространяемой в российском медианпространстве в контексте специальной военной операции (СВО). Эмпирической базой исследования выступают публикации официального сайта «Комсомольской правды» и личного телеграм-канала военного корреспондента Александра Коца за 2022–2026 гг. Цель работы – выявить эволюцию, жанровую структуру и содержательно-смысловую динамику фейков, а также механизмы их разоблачения. Методологический инструментарий включает анализ контента, анализ дискурса, сравнительный анализ. Установлено, что фейки прошли путь от стихийных вбросов начального периода к технологически сложным дипфейкам и персонализированным дезинформационным кампаниям. «Комсомольская правда» демонстрирует системный подход к фактчекингу, однако его эффективность ограничена объемами регулярно появляющейся новой фейковой информации. Автор также обосновывает роль военного корреспондента как ключевого верификатора в условиях гибридной войны. Результаты могут быть использованы специалистами по фактчекингу и в образовательных целях.

Ключевые слова: фейковая информация, дезинформация, специальная военная операция, «Комсомольская правда», дипфейки, фактчекинг, военная корреспонденция, медиабезопасность, информационная война.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Дезинформация сопровождает человечество на протяжении всей его истории, однако цифровая эпоха придала ей невиданные ранее масштабы и скорость. С началом специальной военной операции в феврале 2022 года российское информационное пространство столкнулось с беспрецедентным потоком ложных сообщений от примитивных комментариев с дезинформацией в социальных сетях до сложных дипфейков, имитирующих голос и внешность официальных лиц. В этих условиях средства массовой информации оказались на передовой информационной войны. Одним из изданий, систематически занимающихся разбором и опровержением фейков о специальной военной операции, стала «Комсомольская правда».

Цель данной работы – исследовать и проанализировать фейковую информацию о специальной военной операции на примере материалов «Комсомольской правды», выявить эволюцию, жанровую структуру и содержательно-смысловую динамику дезинформации, а также механизмы её разоблачения.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе эволюции фейковой информации о специальной военной операции на материале одного из ведущих российских изданий – «Комсомольская правда» — с привлечением как официальных публикаций сайта, так и личного телеграм-канала военного корреспондента Александра Коца. В отличие от предшествующих работ, которые преимущественно рассматривали фейки как общее явление либо анализировали дезинформацию на уровне федеральных СМИ без детализации по конкретному изданию и без учёта роли военных корреспондентов в верификации [2; 5; 9], настоящее исследование впервые: выявляет содержательно-смысловую динамику фейков о СВО на протяжении всего периода операции (2022–2026 гг.); предлагает типологию эволюции дезинформации от стихийных вбросов начального этапа до технологически сложных дипфейков и персонализированных кампаний, обосновывает роль военного корреспондента как ключевого верификатора, работающего непосредственно в зоне боевых действий, систематизирует жанровые и форматные приёмы опровержения фейков, используемые редакцией.

Для проведения эмпирического исследования были выбраны материалы официального сайта «Комсомольской правды» (kp.ru) и личного телеграм-канала военного корреспондента Александра Коца (Kotsnews) за период февраль 2022 – май 2026 гг. В общей сложности проанализировано более 150 публикаций, включая новостные заметки, аналитические статьи, интервью с экспертами, колонки военкоров, а также посты в телеграм-канале. Применялись методы контент-анализа (с выделением тематических, жанровых и визуальных маркеров фейков), дискурс-анализа (для изучения лингвистических приёмов дезинформации) и сравнительного анализа (для

сопоставления эволюции фейков по годам). Дополнительно использовались аналитические отчёты о распространении дипфейков в российском медиапространстве.

Выбор объекта исследования обусловлен несколькими факторами. Во-первых, «Комсомольская правда» является одним из старейших и наиболее тиражных общероссийских изданий, которое с первых дней СВО систематически публикует материалы по разоблачению фейков. Во-вторых, издание обладает разветвлённой региональной сетью и имеет в штате военных корреспондентов, работающих непосредственно на линии боевого соприкосновения, что обеспечивает уникальную эмпирическую базу для анализа механизмов верификации. В-третьих, личный телеграм-канал военного корреспондента «Комсомольской правды» Александра Коца, насчитывающий более 475 тысяч подписчиков, функционирует как самостоятельная мультимедийная площадка, где журналист оперативно комментирует и опровергает фейковые сообщения, что позволяет проследить содержательно-смысловую динамику дезинформации в реальном времени.

На первом этапе исследования был проведен анализ теоретических основ выявления фейков. Фейковая информация (от англ. fake – поддельный) определяется как заведомо ложное или искажённое сообщение, распространяемое с целью введения аудитории в заблуждение [1]. Ключевым признаком фейка является намеренность его создания. В современных медиа выделяют полностью вымышленные новости, частично искажённые сообщения, манипулятивные материалы и дипфейки – видео, сгенерированные нейросетями [2]. Исследователи (А.М. Шестерина, И.А. Стернин) предлагают алгоритм выявления фейка: прочитать текст, определить его тип, проверить наличие маркеров недостоверности [3]. К числу таких маркеров относятся анонимная атрибуция, эмоционально окрашенный заголовок, использование кликбейта, отсутствие перекрёстной верификации, подложные фотографии и др.

Д.В. Неренц классифицирует фейки на типичные (слухи, подлог, подмена понятий) и новообразованные (дипфейки, киберфейки, фейковые мемы) [4]. В условиях СВО основными механизмами трансляции дезинформации стали социальные сети, мессенджеры (особенно Telegram) и бот-сети. По данным В.Б. Наумова и П.Б. Силкина, до 91,7% контента в украинских телеграм-каналах по тематике СВО содержит ложную информацию [5].

Вторым этапом исследования стал разбор эволюции фейков о специальной военной операции в публикациях «Комсомольской правды». Первая публикация «Комсомольской правды» на тему дезинформации появилась 24 февраля 2022 года («Главные фейки о военной операции в поддержку Донбасса»), где разбирались 13

ситуативных фейков, связанных с уничтожением техники и обстановкой на фронте. Эти сообщения были скорее следствием информационного шума, чем целенаправленной пропаганды.

Крупнейшей дезинформационной волной начального периода стала «Резня в Буче» (апрель 2022 г.). 3–4 апреля «Комсомольская правда» опубликовала материалы Александра Коца и Сергея Маркова, в которых на основе анализа видеок кадров (шевелиющиеся тела, несоответствие хронологии) и личного присутствия журналиста в Буче доказывалась постановочность событий [6]. Однако, несмотря на многократные опровержения, этот фейк сохраняет устойчивость в западном и украинском сегментах интернета.

С 2024 года доминирующей формой дезинформации стали дипфейки — видеообращения, созданные с помощью искусственного интеллекта. «КП» зафиксировала дипфейки с губернатором Свердловской области Денисом Паслером (о компенсациях за удары БПЛА), с главой Туапсинского района (ситуация после атаки беспилотников), с военным комиссаром Липецкой области (о вспышке холеры) [7]. Во всех случаях использовались архивные видео с синтезированной звуковой дорожкой.

Отдельным пластом фейковой информации периода специальной военной операции стали фальшивые аккаунты военных корреспондентов. Александр Коц неоднократно предупреждал о появлении телеграм-каналов, имитирующих его страницу, с целью фишинга и сбора денег [8]. Мошенники добавляют в описание мелкий шрифт «канал почитателей», но доверчивые пользователи теряют средства.

На третьем этапе данного исследования подробно разбиралось, с помощью каких журналистских форм и приемов «Комсомольская правда» противостоит потоку дезинформации. Выяснилось, что издание и его Интернет-сайт не ограничиваются одним-двумя способами. Редакция применяет целый набор инструментов, каждый из которых хорош для своей задачи.

Первый и самый быстрый способ – это короткие новости-опровержения. Они появляются практически сразу после того, как в интернете или телеграм-каналах замечен свежий фейк. Такая заметка не имеет большого объема, её главная цель – быстро довести до аудитории. Например, когда в сети начинают распространять дипфейки с участием известных личностей и , «Комсомольская правда» оперативно выпускает короткий текст с пометкой «опровержение». Это позволяет сбить волну паники, пока ложь не разошлась слишком широко.

Второй жанр – аналитические статьи посвященные масштабным случаям дезинформации, которые обычно выходят чуть позже, но зато содержат серьезные доказательства. Здесь журналисты не просто кратко поясняют ложность информации,

а подробно рассказывают, почему это так. Они сравнивают кадры из видео, анализируют, откуда взялась фотография, анализируют связанные с источником появления фейка новости. Например, когда в информационном пространстве появляется видеоролик якобы с места ведения боевых действий, эксперты или военные корреспонденты «Комсомольской правды» могут найти оригинал этого же видео, снятого за длительное время до этого совсем в другом месте. Такие разборы с визуальными доказательствами должны убеждать в фейковости информации даже тех, кто сначала сомневался. Также к данному виду можно отнести интервью с экспертами. «Комсомольская правда» регулярно беседует с военными аналитиками, политологами. Они объясняют сложные вещи простым языком – как работают методы дезинформации, как создаются и распространяются фейковые новости, кто и с какой целью является интересантом распространения фейков. Авторитетное мнение специалиста часто работает лучше длинных расследований.

Также к этому можно отнести личные блоги и репортажи военных корреспондентов, которые находятся прямо в зоне боевых действий. Это люди, которые своими глазами видят происходящее, разговаривают с бойцами, попадают под обстрелы. Когда такой журналист, как Александр Коц, говорит, что та или иная новость – фейк, читатели ему верят, потому как его слова подтверждаются опытом, знаниями и авторитетом.

За период специальной военной операции можно также выделить несколько **трендов** в появляющейся дезинформации. Первый тренд – персонализация фейков. В начале СВО ложь чаще всего была общей: сообщали о каких-то крупных событиях, о потерях техники, о продвижении войск. Но со временем дезинформация стала нацеливаться на конкретных людей. Стали появляться дипфейки с губернаторами регионов и другими официальными лицами, якобы отдающими странные приказы или комментирующими несуществующие катастрофы, поддельные видео с военкорами, где они говорят то, чего на самом деле не говорили. Часто цель такой персонализации – не просто запутать аудиторию, а дискредитировать конкретного человека, посеять недоверие к нему лично.

Второй тренд – распространение фейков одновременно по разным площадкам. Раньше фейк появлялся в одном месте, и часто не получал широкого распространения. Теперь ложная информация одновременно распространяется в телеграм-каналах, во «ВКонтакте», на YouTube-каналах-двойниках, а затем и в групповых и личных чатах мессенджеров. Даже если один источник удалить, то остаются десятки других. Фейк перетекает с площадки на площадку, обрастает новыми подробностями, и в итоге удалить его полностью становится почти невозможно. Это сильно усложняет работу

фактчекеров.

В качестве любопытного примера распространения фейковой информации можно выделить «обратный фейк» об участии в военных действиях на территории Курской области военных из Северной Кореи (КНДР). Это один из самых неоднозначных случаев фейковой информации периода специальной военной операции. Некоторое время в сети Интернет ходили слухи, что корейские военные проходят подготовку на российских полигонах и участвуют в боевых действиях на стороне России. Российские СМИ, в том числе и «Комсомольская правда», поначалу называли эти слухи дезинформацией, распространяемой сторонниками киевского режима. Однако позже появились официальные подтверждения, что бойцы из КНДР действительно участвовали в освобождении Курской области. И тогда выяснилось, что опровержения были частью информационной стратегии – даже если военкоры и журналисты знали правду, в интересах государства нужно было сохранить оперативную тайну. Этот случай показывает, что в условиях гибридной войны граница между правдой и ложью становится зыбкой. То, что сегодня называется фейком, завтра может оказаться правдой, которую просто не следовало раскрывать раньше времени. И наоборот, убедительная ложь может жить годами. Поэтому и самим журналистам, и их аудитории нужно быть очень осторожными в оценках.

Также в течении специальной военной операции вновь подтвердилась важнейшая роль военных корреспондентов. Они являются не просто репортерами с места событий, а главными верификаторами дезинформации – теми, кто может отличить реальный факт от подделки, основываясь на своем опыте или личном присутствии в регионе, о котором идет речь в фейковом сообщении. Их опыт, их прямое общение с бойцами или мирными жителями, проживающими рядом с зоной боевых действий – это бесценный ресурс, который невозможно заменить ни дистанционным анализом, ни официальными сводками. Именно авторитет военных корреспондентов позволяет доносить правдивую информацию до значительной части аудитории.

Особую роль в выявлении и анализе фейков играют военные корреспонденты, находившиеся непосредственно в зоне боевых действий. Военный корреспондент Александр Коц, имеющий опыт военной службы и многократно попадавший под обстрелы, неоднократно опровергал ложные сообщения на основе личного наблюдения. Например, в октябре 2023 года он разобрал фейк о применении «белого фосфора» в Авдеевке, указав, что показанные на видео снаряды являются зажигательными на основе магния и не запрещены международными конвенциями, основываясь на собственном опыте попадания под обстрел данными боеприпасами [9]. Военкор на основе собственного опыта также сыграл роль в фактчекинге украинских

фейков о «Резне в Буче». [6].

В таблице 1 приведены группы маркеров фейковой информации, выделенные на основе пособия И.А. Стернина и А.М. Шестериной.

Таблица 1

Группы маркеров фейка в медиатекстах

Группа маркеров	Маркеры фейка
Распространение и актуальность	Широкое распространение в соцсетях; информация остро актуальна; вызывает сильные эмоции (страх, возмущение, шок).
Атрибуция и источники	Анонимность; цитаты без указания источника; ссылки на несуществующих авторитетов; указание на «личных знакомых».
Содержание и факты	Упоминание событий, которых не было; использование домыслов как доказательств; выдача предположения за факт; «рассекреченная» информация; подача устаревших новостей как свежих.
Оценочные и манипулятивные приёмы	Ярлыки; оценки, выгодные автору; экстраполяция на геополитику; конспирологическая аргументация; искажение цитат; настойчивые призывы распространить информацию.
Прогнозы, угрозы, триггеры	Прогнозирование катастрофического развития; изложение предсказаний как свершившихся; «окончательное раскрытие истины»; угрозы; утверждение о «простоте решения».
Визуальные и технические ошибки	Ошибки в инфографике; подложные фотографии; следы фоторедактора; фейковый скриншот без активной ссылки.
Отсутствие верификации	Отсутствие подтверждения официальными лицами; новость отсутствует в авторитетных агентствах.
Фальсификация канала распространения	Публикация на сайте-двойнике; фейковый аккаунт от имени известной личности; ложные ссылки.
Формальные и стилистические признаки	Орфографические, пунктуационные ошибки; обилие сленга, жаргона.

Источник: составлено автором на основе [3].

Заключение

Проведённое исследование подтвердило основные выводы: «Комсомольская правда» систематически освещает и разоблачает фейки о специальной военной операции, используя широкий спектр жанров и привлекая военных корреспондентов. Ключевой вывод – эволюция фейков прошла путь от стихийных вбросов до технологически сложных дипфейков и персонализированных атак. Основные

направления противодействия включают правовые механизмы (например, применение ст. 207.3 УК РФ), технологический фактчекинг и повышение медиаграмотности аудитории.

Вместе с тем, эффективность опровержений ограничена – зарубежная аудитория остаётся вне влияния российских средств массовой информации, а алгоритмы соцсетей часто продвигают исходные фейки быстрее, чем их опровержения. Перспективы дальнейших исследований связаны с анализом фейков, генерируемых нейросетями нового поколения, и изучением долгосрочного воздействия современных видов фейковой информации на общественное сознание.

References

1. Давлетбаков, С. К. Термин «Fake news» в истории и современности / С. К. Давлетбаков // Скиф. — 2022. — № 9 (73). — С. 120–127.
2. Иоселиани, А. Д. Фейк и фейк-ньюз как инструменты влияния на формирование общественного мнения / А. Д. Иоселиани, М. А. Бунина // Век глобализации. — 2023. — № 2 (46). — С. 89–101.
3. Стернин, И. А. Маркеры фейка в медиатекстах : пособие / И. А. Стернин, А. М. Шестерина. — Воронеж : РИТМ, 2021. — 60 с.
4. Неренц, Д. В. Фейки как угроза медиабезопасности в России XXI в. / Д. В. Неренц // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2023. — № 3 (120). — С. 44–51.
5. Наумов, В. Б. Способы противодействия украинским ложным новостям об СВО в мессенджерах и интернет-пространстве / В. Б. Наумов, П. Б. Силкин // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. — 2025. — № 1. — С. 34–42.
6. Коц, А. Почему «Бучанская резня» – это фейк / А. Коц // Комсомольская правда. — 2022. — 3 апр. — URL: <https://www.kp.ru/daily/27374.5/4567342/> (дата обращения: 10.05.2026).
7. Публикация о разоблачении дипфейка с липецким военкомом // Комсомольская правда. — 2025. — URL: <https://www.kp.ru/daily/27697/5086778/> (дата обращения: 02.05.2026).
8. Пост о фейковом канале министра обороны и фейковом аккаунте Коца / Александр Коц, Kotsnews // Telegram. — 2024. — URL: <https://t.me/sashakots/47675> (дата обращения: 12.05.2026).
9. Пост о разоблачении фейка с «белым фосфором» в Авдеевке / Александр Коц, Kotsnews // Telegram. — 2023. — URL: <https://t.me/sashakots/42753> (дата обращения: 20.05.2026).
10. Пост о фейке про аварию на Ростовской АЭС / Александр Коц, Kotsnews // Telegram. — 2024. — URL: <https://t.me/sashakots/47939> (дата обращения: 20.05.2026).

UDC 8

Zhong Xin. Fact-checking as a tool for increasing trust in contemporary media

Фактчекинг как инструмент повышения доверия к современным медиа

Zhong Xin,

Master's student

Shandong University of the Arts, Shandong, China

Чжун Синь,

Магистрант,

Шаньдунский университет искусств, Шаньдун, Китай

Abstract. The article examines fact-checking as a professional procedure for verifying information and as a communicative mechanism for increasing trust in modern media. The relevance of the study is determined by the digital transformation of the Russian media environment, the growing role of social networks and messengers in news consumption, and the spread of disinformation, visual falsifications and incorrect interpretations of data. The purpose of the article is to identify the conditions under which fact-checking can strengthen audience trust in journalistic materials and media institutions. The methodological basis includes an analysis of Russian academic literature, Russian legislation on mass media, professional ethical standards of journalism and Russian sociological data on media consumption. It is shown that the trust-building effect of fact-checking depends on methodological transparency, correct work with sources, separation of facts and opinions, timely corrections and editorial readiness to explain the grounds for its conclusions.

Keywords: fact-checking, media trust, journalism, information verification, disinformation, editorial standards, digital media.

Аннотация. В статье рассматривается фактчекинг как профессиональная процедура проверки сведений и как коммуникативный механизм повышения доверия к современным медиа. Актуальность исследования определяется цифровой трансформацией российской медиасреды, ростом роли социальных сетей и мессенджеров в новостном потреблении, а также распространением дезинформации, визуальных подделок и некорректных интерпретаций данных. Цель статьи состоит в выявлении условий, при которых фактчекинг способен укреплять доверие аудитории к журналистским материалам и редакционным институтам. Методологическую основу составили анализ отечественной научной литературы, российского законодательства о средствах массовой информации, профессионально-этических норм журналистики, а также данных российских социологических исследований медиапотребления. Показано, что доверительный эффект фактчекинга зависит от прозрачности методики, корректности работы с источниками, разграничения фактов и оценок, оперативности исправлений и готовности редакции объяснять аудитории основания своих выводов. Сделан вывод о том, что фактчекинг выступает элементом редакционной культуры, профессиональной ответственности и публичного диалога с аудиторией.

Ключевые слова: фактчекинг, доверие к СМИ, журналистика, верификация информации, дезинформация, редакционные стандарты, цифровые медиа.

Рецензент: Бюллер Елена Александровна – кандидат экономических наук, доцент.
ФГБОУ ВО «Адыгеский государственный университет»

Введение

Современная журналистика развивается в условиях усложнения информационной среды и цифровой трансформации медиасистемы. В российских исследованиях данный процесс связывается с изменением структуры медиаиндустрии, ростом роли цифровых платформ и перераспределением коммуникативной власти между редакциями, платформами и пользователями [1; 2]. Аудитория получает новости

через сайты редакций, агрегаторы, социальные сети, мессенджеры, видеоплатформы, блогерские каналы и алгоритмические рекомендации. По данным ВЦИОМ, в 2025 г. 84% россиян, пользующихся интернетом, ежедневно потребляют онлайн-новости в текстовом формате [3]. Данные ФОМ также подтверждают множественность каналов получения новостей: наряду с телевидением значимыми источниками выступают новостные сайты и социальные сети [4]. В результате традиционные редакции утрачивают монополию на производство и распространение общественно значимых сведений. Конкуренция за внимание усиливает значение скорости публикации, однако высокая скорость нередко вступает в противоречие с требованием достоверности.

Проблема доверия к медиа приобрела особую значимость в связи с распространением дезинформации. ВЦИОМ относит распространение фейковых новостей к числу главных цифровых опасений россиян в 2026 г. [5]. Ложные сообщения, искаженные цитаты, вырванные из контекста статистические данные, поддельные фото- и видеоматериалы становятся частью повседневного медиапотребления. И. А. Стернин и А. М. Шестерина рассматривают «фейк» как недостоверную информацию, которая может возникать как вследствие намеренного обмана, так и в результате ошибки, доверчивости автора или технического сбоя [6]. К. Л. Зуйкина и Д. В. Соколова показывают, что российские «фейковые» новости присутствуют и в интернете, и в телевизионной среде [7]. На этом фоне фактчекинг превращается в важную профессиональную практику и публичное доказательство ответственности журналиста перед аудиторией.

Фактчекинг в широком смысле можно определить как систематическую проверку фактических утверждений, цифровых данных, документов, изображений, свидетельств и контекстов, необходимых для подготовки или оценки медиаматериала. В узком смысле под фактчекингом понимается самостоятельный журналистский жанр или формат, направленный на проверку публичных заявлений, распространяемых сообщений и социально значимых утверждений. Д. В. Соколова подчеркивает, что фактчекинг и верификация являются неотъемлемой частью редакционного процесса, особенно при работе со статистикой, цитатами и сообщениями из социальных сетей [8]. Н. В. Калинина также рассматривает фактчекинг как необходимый элемент профессиональной деятельности современного журналиста [9]. Верификация информации, редакционная проверка и публичный фактчекинг связаны между собой, однако не совпадают полностью.

Материалы и методы

Материалом исследования послужили научные публикации о фактчекинге и доверии к медиа, российские профессионально-этические и правовые нормы журналистики, а также результаты российских эмпирических исследований, посвященных восприятию новостей и проблеме недостоверной информации. Методологическая основа статьи включает системный подход к анализу журналистской практики, сравнительный анализ редакционных стандартов, обобщение результатов исследований аудитории и структурно-функциональное описание уровней фактчекинга в современной медиасреде.

Результаты и обсуждение

Фактчекинг в системе профессиональной ответственности журналистики

Доверие к журналистике исторически связано с представлением об особом общественном назначении медиа. В теории журналистики данная роль соотносится с функциями публичного информирования, социального контроля и гражданского ориентирования аудитории [12; 13]. Журналистская деятельность предполагает сбор, проверку, интерпретацию и распространение информации, значимой для гражданского выбора, общественной дискуссии и социального контроля. Нарушение фактической точности разрушает данную функцию, поскольку аудитория перестает воспринимать редакцию как посредника между событием и публичным знанием. При этом в цифровой среде ошибка отдельного журналиста быстро становится репутационной проблемой всего издания: неверная информация копируется, цитируется, комментируется и сохраняется в поисковой выдаче.

Фактчекинг выполняет в редакции несколько взаимосвязанных функций. Первая функция — превентивная. Проверка до публикации снижает вероятность появления фактических ошибок, неточных формулировок и некорректных ссылок на источники. Она прямо соотносится с обязанностью журналиста проверять достоверность сообщаемой информации, закрепленной в ст. 49 Закона РФ «О средствах массовой информации» [10]. Вторая функция — коррекционная. Она проявляется при уточнении уже опубликованного материала, исправлении ошибки и публичном объяснении причин корректировки. Третья функция — репутационная: регулярная демонстрация стандартов проверки позволяет редакции укреплять образ надежного источника, что соответствует профессионально-этическому требованию распространять только проверенные сведения. Четвертая функция — образовательная: материалы с открытой логикой проверки помогают аудитории осваивать навыки критического восприятия информации [11].

В российских исследованиях фактчекинг обычно трактуется как важная составляющая профессиональной подготовки и практической деятельности журналиста. Д. В. Соколова, рассматривая данные опроса работников российских средств массовой информации, отмечает, что проверка сведений входит в повседневную редакционную работу. Наиболее часто журналисты обращаются к верификации статистических показателей, цифровых данных, цитат, а также информации, распространяемой через социальные сети [8]. Н. В. Калинина рассматривает фактчекинг как практику, без которой профессиональная деятельность журналиста становится затруднительной в условиях возрастающих информационных рисков [9]. Данное положение имеет существенное значение для анализа повседневной редакционной работы, поскольку проверка сведений востребована в разных тематических направлениях журналистики. В политических материалах она связана с оценкой достоверности заявлений публичных лиц; в экономической, социальной, научной, региональной и культурной журналистике необходимость фактчекинга обусловлена риском обращения к ненадежным источникам, использования устаревших данных, ошибочной интерпретации фактов или неточного пересказа исходной информации.

Во многих редакциях процедура проверки информации по-прежнему не имеет достаточной степени формализации. При отсутствии единого алгоритма качество журналистского материала во многом зависит от профессионального опыта конкретного автора или редактора, что затрудняет устойчивое воспроизведение редакционного стандарта. Г. В. Лазутина, анализируя специфику работы журналиста с документальными данными, обращает внимание на необходимость разграничения описания события и его интерпретации, а также на важность оценки достоверности используемых сведений [12]. В связи с этим фактчекинг должен быть включен в редакционный процесс как обязательная и последовательная процедура, охватывающая отбор источников, фиксацию ссылок, проверку цитат, числовых данных, визуальных материалов и итоговый редакторский контроль (таблица 1). Такая организация проверки способствует укреплению доверия аудитории, поскольку делает работу редакции более прозрачной и профессионально предсказуемой.

Таблица 1

Основные уровни фактчекинга в редакционной практике

Уровень проверки	Содержание процедуры	Влияние на доверие аудитории
Проверка источника	установление происхождения сведений, статуса источника, даты публикации, заинтересованности автора	снижает риск ретрансляции слухов и анонимных утверждений
Проверка факта	сопоставление утверждения с документами, базами данных, официальными ответами, экспертными комментариями	показывает, что материал основан на доказуемых данных
Проверка контекста	анализ условий, при которых возникло сообщение, сопоставление с предшествующими событиями и статистикой	уменьшает вероятность манипулятивной интерпретации
Проверка визуального контента	поиск первоисточника изображения, анализ метаданных, геолокация, обратный поиск, сравнение кадров	защищает аудиторию от поддельных фото, видео и дипфейков
Публичная коррекция	оперативное исправление ошибки с объяснением причины и сохранением прозрачности изменений	формирует представление о честности редакции и готовности признавать неточности

Фактчекинг и доверие аудитории: механизм взаимосвязи

Доверие к средствам массовой информации формируется не как единичная реакция аудитории на отдельный материал, а как результат устойчивого опыта взаимодействия с конкретным источником. При оценке редакции пользователь учитывает точность передаваемых сведений, последовательность информационной политики, полноту раскрытия темы, понятность изложения и готовность СМИ действовать открыто по отношению к аудитории. Российские исследования медиапотребления подтверждают значимость такой предсказуемости: онлайн-новости стали привычной частью информационного поведения значительной доли пользователей, однако лишь 23% интернет-аудитории, согласно самооценкам, регулярно придерживаются правил цифровой новостной гигиены [3]. В этих условиях фактчекинг выступает одним из механизмов укрепления доверия, поскольку уменьшает фактическую неопределенность, делает редакционную работу более прозрачной и закрепляет представление о профессиональной устойчивости поведения СМИ.

В российском правовом и профессионально-этическом контексте доверие к фактчекингу определяется не внешними декларациями, а нормативно закрепленной обязанностью журналиста проверять достоверность сообщаемых сведений и воздерживаться от распространения информации, надежность которой не подтверждена [10]. Значимость этих требований обусловлена тем, что аудитория оценивает не только итоговый вывод редакции, но и саму процедуру его получения.

Проверка фактов, опирающаяся на закрытые источники, эмоционально окрашенные обвинения или избирательный подбор аргументов, способна вызвать обратный эффект и снизить доверие к медиаматериалу. Убедительность фактчекинга возрастает в том случае, когда читатель может проследить весь путь проверки: от первоначального утверждения до аргументированного и доказательно обоснованного вывода.

Российские исследования медиапотребления показывают, что аудитория обращается к разным каналам получения новостей: телевидению, новостным интернет-ресурсам, социальным сетям, форумам и блогам [4]. При такой структуре информационного поведения профессиональные редакции вынуждены конкурировать с иными участниками медиасреды по оперативности публикации и по способности содержательно объяснять происходящие события. В этих условиях фактчекинг становится важным ресурсом укрепления доверия к отдельному материалу и к редакции как медиабренду. Доверительный эффект возникает тогда, когда издание воспринимается аудиторией как источник, последовательно раскрывающий происхождение информации, логику ее проверки, пределы надежности используемых данных, а также демонстрирующий готовность открыто признавать и исправлять выявленные неточности.

Воздействие фактчекинга на уровень доверия аудитории имеет сложный и неоднозначный характер. Проверка недостоверного сообщения способна снижать распространенность ошибочных представлений, однако в отдельных группах аудитории она может вызывать сопротивление, особенно в тех случаях, когда проверяемое утверждение затрагивает политическую идентичность, ценностные ориентации или групповые предпочтения. В связи с этим особое значение приобретают тональность и форма подачи фактчекингового материала. Резкая риторика, обозначение аудитории как «обманутой» или «некомпетентной», чрезмерная ироничность и политизированная оценочность уменьшают доверительный потенциал проверки. Более убедительной становится аргументация, основанная на спокойном изложении доказательств, четком разграничении фактов и оценочных суждений, а также на признании неопределенности в ситуациях недостаточности данных. В российской теории журналистики разграничение факта, интерпретации и оценки рассматривается как один из базовых элементов профессиональной культуры журналиста [12; 13].

Эффективность фактчекинга в цифровой среде

Цифровая медиасреда существенно изменила скорость и масштаб распространения недостоверных сведений. Сообщение, размещенное в социальной сети или мессенджере, способно охватить широкую аудиторию раньше, чем

профессиональная редакция проведет полноценную проверку его содержания. Данная особенность формирует для фактчекинга двойную задачу. С одной стороны, проверка должна осуществляться оперативно, поскольку запоздалое опровержение нередко появляется уже после закрепления ложного сообщения в массовом восприятии. С другой стороны, стремление к скорости не должно снижать качество анализа и обоснованность редакционного вывода. Значимость этой проблемы подтверждается тем, что распространение фейковых новостей относится к числу наиболее заметных цифровых опасений россиян [5]. Баланс между оперативностью и достоверностью может обеспечиваться за счет заранее разработанных редакционных регламентов, баз надежных источников, четкого распределения профессиональной ответственности и применения цифровых инструментов верификации.

Российские исследования показывают, что задача фактчекинга заключается не в простом исправлении отдельной ошибки, а в выявлении механизма формирования псевдоновостного сообщения. А. А. Ефанов определяет псевдоновость как медийное явление, воспроизводящее внешние признаки новостного формата и способное оказывать социальное воздействие благодаря сходству с профессиональным журналистским материалом [14]. С. С. Распопова и Е. Н. Богдан рассматривают фейковые новости как форму информационной мистификации, влияющую на восприятие события и снижающую доверие к медиатексту [15]. Следовательно, результативность фактчекинга возрастает в тех случаях, когда редакция раскрывает не единичную фактическую неточность, а способ конструирования, распространения и легитимации недостоверного сообщения в медиапространстве.

Фактическая ошибка в журналистском материале может быть обусловлена различными причинами: неверной интерпретацией данных, чрезмерным доверием к пресс-релизу, отсутствием обращения к первоисточнику, неточным переводом, технической погрешностью либо поспешным использованием сообщения из социальных сетей. В ситуации высокой конкуренции за оперативность редакции нередко оказываются перед выбором между тщательной проверкой и быстрой публикацией. Практика публикации материала с последующим уточнением его содержания снижает доверие аудитории, поскольку переносит ответственность за возможную неточность на читателя. Предварительный фактчекинг, встроенный в допубликационный этап редакционной работы, уменьшает риск репутационных потерь и демонстрирует приоритет достоверности перед стремлением к увеличению трафика.

Особую значимость в современных условиях приобретает верификация визуального и аудиовизуального контента. Распространение генеративных технологий, программ обработки изображений, синтетического аудио и видео повышает

вероятность появления материалов, внешне производящих впечатление достоверных, однако не связанных с реальным событием. И. А. Стернин и А. М. Шестерина указывают, что фейковая информация может присутствовать в публикациях, комментариях и других элементах медиакommunikации [6]. В подобных случаях журналистская проверка предполагает обратный поиск изображений, установление даты первой публикации, сопоставление географических признаков, анализ теней, погодных условий, дорожных знаков, языка вывесок, метаданных файла и архивных версий интернет-страниц. Технические инструменты существенно расширяют возможности верификации, однако итоговая оценка достоверности по-прежнему зависит от профессионального суждения журналиста.

Редакционные условия повышения доверительного эффекта

Доверительный потенциал фактчекинга реализуется только при соблюдении определённых профессиональных условий. Одним из ключевых условий является методическая открытость проверки. Редакция должна пояснять, по каким основаниям было выбрано конкретное утверждение, какие источники привлекались, какие документы анализировались и какие ограничения имеют использованные данные. Не менее значимой выступает профессиональная независимость журналистской работы. При наличии у аудитории представления о политической, коммерческой или идеологической зависимости редакции даже корректно проведенная проверка может восприниматься как средство полемики или давления на оппонентов. В российской журналистской традиции данные требования соотносятся с правовой обязанностью журналиста проверять достоверность сообщаемых сведений и с этическим принципом недопустимости вреда, возникающего вследствие неполноты, неточности либо распространения заведомо ложной информации [10].

Отдельное значение имеет язык фактчекингового материала. Проверка должна быть изложена доступно для широкой аудитории, однако доступность не должна приводить к чрезмерному упрощению сложной проблемы или подмене анализа лозунговой формулой. Наиболее продуктивной является структура, включающая исходное утверждение, краткий вывод, доказательную часть, необходимый контекст, ссылки на источники и пояснение примененной методики. Использование шкалы достоверности допустимо, если критерии оценки заранее обозначены и применяются последовательно. Изменение критериев в зависимости от темы публикации или фигуры проверяемого лица снижает убедительность проверки. Важным условием остается и готовность редакции фиксировать неопределенность. Не каждое утверждение может быть немедленно отнесено к истинным или ложным: в ряде случаев корректнее указать

на недостаточность данных, отсутствие ответа от источника, неопубликованность документа либо несопоставимость статистических показателей. Такая исследовательская осторожность не ослабляет журналистский материал, а, напротив, усиливает его профессиональную добросовестность.

Следующим условием выступает наличие в редакции понятной политики исправлений. Доверие аудитории формируется не за счет представления о полной безошибочности редакционной работы, поскольку в реальной журналистской практике такой результат недостижим, а благодаря предсказуемой, открытой и профессионально корректной реакции на выявленную неточность. Исправление должно быть заметным для читателя, сопровождаться датой внесения изменений и содержательным пояснением причины корректировки. Удаление недостоверной публикации без комментария, скрытое изменение заголовка или замена спорной формулировки без соответствующей пометки способны вызвать у аудитории ощущение манипуляции. Открытая коррекция, напротив, показывает, что редакция воспринимает аудиторию как полноправного участника коммуникации и признает свою ответственность за качество опубликованной информации.

Еще одним условием является включение фактчекинга в систему редакционного обучения и профессионального развития журналистов. Проверка фактов требует комплекса специальных навыков: работы с открытыми данными, понимания статистических показателей, поиска первоисточников, анализа документов, соблюдения цифровой безопасности, верификации изображений и взаимодействия с экспертным сообществом. В небольших редакциях данные компетенции часто распределены неравномерно, что повышает зависимость качества материала от индивидуального опыта конкретного сотрудника. Поэтому укрепление доверия к медиа связано с институциональным развитием профессии: разработкой образовательных программ, внедрением внутренних чек-листов, обменом редакционными практиками, созданием баз надежных источников и регулярным анализом допущенных ошибок. Значимость включения фактчекинга в подготовку журналистов подтверждается исследованиями Л. П. Шестеркиной и соавторов, а также А. В. Гусева [11; 16].

Фактчекинг как публичный формат: возможности и ограничения

Публичный фактчекинг может реализовываться в нескольких основных форматах. К первому относится проверка заявлений политиков, представителей органов власти, экспертов, бизнеса и общественных организаций. Второй формат связан с анализом вирусных сообщений, распространяемых через социальные сети и мессенджеры. Третий предполагает разбор статистических утверждений, инфографики,

рейтингов и данных социологических исследований. Четвертый формат ориентирован на верификацию изображений, видеозаписей, аудиоматериалов и скриншотов. Пятый формат можно определить как объяснительный фактчекинг, при котором редакция формулирует итоговый вывод и одновременно показывает аудитории возможный алгоритм самостоятельной проверки аналогичных сообщений.

Значимость публичного фактчекинга заключается в том, что он делает журналистскую проверку открытой и наблюдаемой для аудитории. Пользователь получает возможность видеть итоговый вывод редакции и ход доказательной работы. Такой формат особенно важен для молодых пользователей, поскольку значительная часть новостного потребления данной аудитории происходит на платформах, где профессиональный статус источника не всегда очевиден. Редакция, способная представить проверку в доступной форме — через карточки, короткие видеоматериалы, интерактивные разборы и ссылки на документы, — расширяет свою профессиональную роль. В этом случае медиа выступает уже не просто производителем новостей, а ориентиром в сложной и фрагментированной информационной среде.

Вместе с тем фактчекинг имеет ряд ограничений. Прежде всего, проверочный материал не всегда достигает той аудитории, которая ранее столкнулась с недостоверным сообщением. Эмоционально окрашенный «фейк» способен распространяться быстрее и шире, чем последующее опровержение. Кроме того, часть пользователей может воспринимать фактчекинговые проекты как политически ангажированные, особенно при обращении к конфликтным или идеологически чувствительным темам. Дополнительным ограничением выступает ресурсная затратность проверки: она требует времени, квалифицированных специалистов и доступа к надежным источникам, что усиливает различия между крупными медиаструктурами и небольшими региональными редакциями. Чрезмерная ориентация на разоблачительный формат также способна формировать у аудитории общее недоверие к информационному пространству. Поэтому фактчекинг целесообразно сочетать с объяснительной журналистикой, ориентированной на опровержение недостоверных сведений и на представление проверенного знания.

Отдельного внимания заслуживает платформенная зависимость фактчекинга. Когда результаты проверки распространяются через социальные сети, мессенджеры или рекомендательные системы, их видимость зависит от алгоритмов, пользовательских реакций и правил конкретной площадки. В российских условиях данный фактор особенно значим, поскольку заметная часть аудитории получает новости в гибридной медиасреде, объединяющей сайты СМИ, агрегаторы, социальные платформы и мессенджеры [3; 4]. Редакция не всегда способна контролировать

дальнейшее движение своего материала, однако может усилить его доверительный потенциал за счет четкой структуры, доступных ссылок, корректных формулировок и доказательной базы, удобной для самостоятельной перепроверки.

Практическая модель редакционного фактчекинга

Для укрепления доверия аудитории фактчекинг целесообразно рассматривать как последовательный редакционный цикл, включенный в общую систему подготовки журналистского материала. Начальным этапом выступает определение проверяемого утверждения. На данном этапе журналисту необходимо разграничить факт, оценочное суждение, прогноз, метафорическое высказывание и политическую позицию. Проверке подлежит такое утверждение, которое может быть подтверждено или опровергнуто на основе документов, данных, свидетельств либо иных проверяемых источников. Следующий этап связан с оценкой общественной значимости сообщения. Отдельный фактчекинг материал требуется прежде всего в тех случаях, когда распространяемое утверждение способно повлиять на безопасность, здоровье, политический выбор, экономическое поведение, репутацию граждан или качество публичной дискуссии.

Далее редакция обращается к поиску первоисточника: устанавливает время и место появления утверждения, его автора, первоначальный канал распространения и последующую траекторию тиражирования. После этого осуществляется сбор доказательной базы. В качестве источников могут использоваться официальные документы, открытые базы данных, архивные материалы, судебные решения, научные публикации, экспертные комментарии, ответы на редакционные запросы, а также фото- и видеодоказательства. Следующий этап предполагает контекстуальную интерпретацию собранных данных. Журналист сопоставляет сведения с временным периодом, методикой расчета, территорией, выборкой, единицами измерения и возможными ограничениями используемой информации. На основании данного анализа формулируется редакционный вывод, который должен соответствовать степени доказанности материала. Поэтому оценки «ложь», «манипуляция», «нет подтверждения», «частично верно», «верно, но без существенного контекста» не могут использоваться как взаимозаменяемые формулы.

Завершающие этапы включают публикацию проверки в понятной для аудитории форме и постпубликационный мониторинг. Фактчекинг материал должен содержать исходное утверждение, краткий вывод, доказательства, необходимый контекст, ссылки на источники и пояснение примененного способа проверки. После публикации редакция отслеживает реакцию аудитории, появление дополнительных

данных, возможные неточности и необходимость последующих уточнений. Такая модель позволяет перевести фактчекинг из режима ситуативной реакции на резонансное сообщение в устойчивую редакционную технологию доверия, соответствующую профессионально-этическим требованиям журналистики и современным условиям цифрового медиапотребления [10; 11].

Заключение

Фактчекинг выступает значимым инструментом укрепления доверия к современным медиа, поскольку связывает профессиональное требование достоверности с открытой демонстрацией редакционной ответственности перед аудиторией. Его роль возрастает в условиях цифровой фрагментации новостного пространства, платформенного характера медиапотребления, усиления влияния блогеров и независимых создателей контента, а также распространения синтетических изображений, аудио- и видеоматериалов. Для аудитории проверка фактов становится способом разграничения профессионально подготовленной журналистской информации и потока неподтвержденных сообщений. Для редакции фактчекинг выполняет репутационную функцию и поддерживает профессиональную идентичность СМИ.

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд выводов. Во-первых, фактчекинг дает наибольший эффект при включении в полный цикл редакционной работы: от отбора источников до публичного исправления выявленных неточностей. Во-вторых, доверие к результатам проверки зависит от прозрачности методики, профессиональной независимости редакции, корректности языка, устойчивости критериев оценки и готовности обозначать неопределенность при недостаточности данных. В-третьих, цифровые платформы расширяют видимость фактчекинговых материалов, одновременно усиливая зависимость редакций от алгоритмов, темпов распространения информации и правил модерации. В-четвертых, фактчекинг не устраняет проблему дезинформации полностью, однако снижает риск ее некритического тиражирования и способствует развитию у аудитории навыков самостоятельной проверки сведений.

Следовательно, фактчекинг целесообразно рассматривать как элемент институционального доверия к журналистике и как важную составляющую редакционной культуры. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение восприятия фактчекинга различными группами аудитории, сопоставление стандартов проверки в федеральных и региональных медиа, а также анализ влияния искусственного интеллекта на процессы верификации информации.

References

1. Вартанова Е. Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // Меди@льманах. 2018. № 1 (84). С. 8–13. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2018.812.
2. Вартанова Е. Л. Меняющаяся российская медиаиндустрия: теоретические подходы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15. Вып. 2. С. 186–196. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.203.
3. ВЦИОМ. Информационный марафон: как и зачем россияне читают новости в 2025 году. 19.06.2025. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/informacionnyi-marafon-kak-i-zachem-rossijane-chitajut-novosti-v-2025-godu> (дата обращения: 10.06.2026).
4. ФОМ. Новостная информация и телевидение. 05.03.2025. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/15149> (дата обращения: 10.06.2026).
5. ВЦИОМ. Индекс цифrofобий — 2026. 19.03.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/indexs-cifrofobii-2026> (дата обращения: 10.06.2026).
6. Стернин И. А., Шестерина А. М. Маркеры фейка в медиатекстах : пособие. 2-е изд., доп. и испр. Воронеж : Издательство «РИТМ», 2021. 60 с. ISBN 978-5-6046535-5-5.
7. Зуйкина К. Л., Соколова Д. В. Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 4. С. 3–22. DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2019.322.
8. Соколова Д. В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 4. С. 3–25. DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2018.325.
9. Калинина Н. В. Фактчекинг в работе современного журналиста и СМИ // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2020. № 88. С. 122–124.
10. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» : ред. от 31.07.2025 // КонсультантПлюс : справ.-правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ (дата обращения: 10.06.2026).
11. Шестеркина Л. П., Лободенко Л. К., Красавина А. В., Марфицына А. Р. Фактчекинг и верификация информации в контексте журналистского образования // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 94–108. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).94-108.

12. Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста : учебник для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Аспект Пресс, 2010. 240 с. ISBN 978-5-7567-0306-1.
13. Теория журналистики в России / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб. : Алетейя, 2018. 254 с. ISBN 978-5-907030-27-5.
14. Ефанов А. А. Функционирование псевдо-новости в полях телевидения и Интернета: типология, практики, социальные эффекты // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 1. С. 156–165. DOI: 10.21453/2311-3065-2018-6-1-156-165.
15. Распопова С. С., Богдан Е. Н. Фейковые новости: информационная мистификация : учебное пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2018. 112 с. ISBN 978-5-7567-0940-7.
16. Гусев А. В. Методика обучения технологиям фактчекинга в журналистском образовании // Международный научный журнал «Слово в науке». 2024. № 17. С. 9–15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-obucheniya-tehnologiyam-faktchekinga-v-zhurnalistском-obrazovanii> (дата обращения: 10.06.2026).

PSYCHOLOGY AND PSYCHOTHERAPY

UDC 159.98

Buryanova A.A., Minina A.V., Tatosyan M.M. Spiritual and moral values in the context of psychological assistance: integration into consulting practice

Духовно-нравственные ценности в контексте психологической помощи:
интеграция в консультативную практику

Buryanova Anastasia Anatolyevna,

Senior Lecturer, Department of Romance, Germanic, and Russian Philology;
Master's Student, Practical and Applied Psychology in Education, Department of Psychology and
Defectology, Sochi State University, Sochi

Minina Albina Valeryevna,

Master's Student, Practical and Applied Psychology in Education, Department of Psychology and
Defectology, Sochi State University, Sochi

Tatosyan Margarita Movsesovna,

PhD (Pedagogical Sciences), Associate Professor, Department of Romance, Germanic, and Russian
Philology, Sochi State University, Sochi

Бурьянова Анастасия Анатольевна,
старший преподаватель кафедры романо-германской и русской филологии, магистрант
направления подготовки «Психолого-педагогическое образование», Практическая и
прикладная психология в образовании, кафедра Психологии и дефектологии, ФГБОУ ВО
«Сочинский государственный университет» г. Сочи

Минина Альбина Валерьевна,
магистрант направления подготовки «Психолого-педагогическое образование», Практическая
и прикладная психология в образовании, кафедра Психологии и дефектологии, ФГБОУ ВО
«Сочинский государственный университет», г. Сочи

Татосьян Маргарита Мовсесовна,
кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской и русской филологии,
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи

Abstract. The article is devoted to the theoretical analysis of the problem of integrating spiritual and moral values into the practice of psychological counseling. The aim of the study is to systematize the conceptual foundations that reveal the relationship between the spiritual and moral sphere of the individual and the consultative process, as well as to justify the need for a value-oriented approach in the work of a consulting psychologist. The research methods were theoretical analysis, synthesis and systematization of scientific literature, comparative-conceptual method. The main results show that ignoring the spiritual and moral dimension in counseling reduces the effectiveness of psychological assistance and does not meet the request of a modern client. It is concluded that the value-semantic paradigm is a necessary basis for building a holistic model of consulting work. The author offers a theoretical model for integrating spiritual and moral values into counseling practice.

Keywords: spiritual and moral values, psychological counseling, value-semantic paradigm, spiritually oriented psychotherapy.

Аннотация. Статья посвящена теоретическому анализу проблемы интеграции духовно-нравственных ценностей в практику психологического консультирования. Цель исследования – систематизировать концептуальные основания, раскрывающие взаимосвязь духовно-нравственной сферы личности и консультативного

процесса, а также обосновать необходимость ценностно-ориентированного подхода в работе психолога-консультанта. Методами исследования выступили теоретический анализ, синтез и систематизация научной литературы, сравнительно-концептуальный метод. Основные результаты показывают, что игнорирование духовно-нравственного измерения в консультировании снижает эффективность психологической помощи и не отвечает запросу современного клиента. Сделан вывод о том, что ценностно-смысловая парадигма является необходимым основанием для построения целостной модели консультативной работы. Автором предложена теоретическая модель интеграции духовно-нравственных ценностей в консультативную практику.

Ключевые слова: духовно-нравственные ценности, психологическое консультирование, ценностно-смысловая парадигма, духовно-ориентированная психотерапия.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение

Современная психологическая наука переживает период, который принято характеризовать как постнеклассический. Именно на этом этапе со всей очевидностью обнаруживается недостаточность редукционистских подходов, сводящих человека к системе поведенческих реакций или к механизму переработки информации. [1]

Всё настойчивее в профессиональном сообществе звучит запрос на осмысление духовного и нравственного измерения личности – того пласта человеческого опыта, который на протяжении десятилетий оставался на периферии академической психологии.

Актуальность данного исследования определяется прежде всего тем, что клиенты, обращающиеся за психологической помощью, нередко формулируют свои затруднения именно в ценностно-нравственных категориях: утрата смысла, потеря ориентиров, переживание нравственной несостоятельности, невозможность примириться с собственными поступками. Консультант, не имеющий теоретического инструментария для работы с подобными запросами, оказывается, по существу, беспомощным.

Целью настоящего исследования является теоретическое обоснование модели интеграции духовно-нравственных ценностей в практику психологического консультирования.

Теоретическая значимость исследования заключается в концептуализации автором духовно-нравственного измерения консультативного процесса.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования предложенной автором модели непосредственно в подготовке специалистов-консультантов и в супервизорской практике.

Материалы и методы исследования

В качестве материала использовались монографические работы, научные статьи

и диссертационные исследования по психологии личности, психологическому консультированию, экзистенциальной психологии и психологии нравственности. Привлекались работы из отечественных баз данных (eLIBRARY.RU, КиберЛенинка), посвящённые интеграции духовности в психотерапевтическую практику.

Методология исследования опирается на принципы постнеклассической рациональности, предполагающие рассмотрение человека как субъекта, несводимого к детерминистским описаниям.

В соответствии с этим методологическим основанием автором применялись следующие методы научного познания:

- теоретический анализ первичных и вторичных источников;
- синтез и обобщение данных;
- историко-генетический метод;
- сравнительно-концептуальный анализ различных теоретических традиций (экзистенциальной, гуманистической, православно-ориентированной);
- системный подход как общенаучная методологическая основа.

Результаты и обсуждение

В настоящее время перед исследователями и практиками стоит задача решения вопроса о том, каким образом духовно-нравственное измерение может и должно быть включено в консультативный процесс? Анализ литературы позволяет выделить 4 взаимосвязанных принципа.

Принцип ценностной нейтральности при ценностной осведомлённости. Консультант не навязывает клиенту собственную систему ценностей, однако при этом профессионально осведомлён о многообразии ценностных систем и способен работать с духовно-нравственным содержанием запроса без аллергии и без слияния. Данный принцип опирается на ключевое положение ценностно-смысловой парадигмы консультирования. Ценностные ориентации клиента – это не фон для работы, а её сердцевина. [2]

Принцип уважения к трансцендентному. Многие клиенты структурируют свой опыт в категориях, отсылающих к чему-то, выходящему за пределы эмпирически наблюдаемого: Бог, совесть, долг, вечность. Консультант, обесценивающий эти категории, разрушает терапевтический альянс. Корректная позиция предполагает феноменологическое принятие данных категорий как реально значимых для клиента, вне зависимости от собственной мировоззренческой позиции специалиста. [3]

Принцип работы с нравственным конфликтом как центральным феноменом. Нравственный конфликт – расхождение между ценностью и поведением, между идеальным образом себя и реальным – является одной из наиболее распространённых

структур психологического страдания. Работа с ним требует специальных профессиональных компетенций, выходящих за пределы стандартных протоколов когнитивно-поведенческой терапии. [4]

Принцип опоры на духовно-нравственные ресурсы клиента. Духовные убеждения, религиозная практика, нравственные ориентиры нередко являются мощнейшими психологическими ресурсами – источниками устойчивости, смысла и надежды. Исследования показывают, что учёт религиозно-культурных факторов в процессе консультирования способствует повышению клиентского доверия и укреплению терапевтического альянса. [5]

Теоретическая модель интеграции. На основании проведённого анализа предлагается следующая теоретическая модель интеграции духовно-нравственных ценностей в консультативную практику.

Модель включает 3 взаимосвязанных уровня: диагностический, процессуальный и результативный. Модель представлена в таблице 1.

Таблица 1

Теоретическая модель интеграции духовно-нравственных ценностей в консультативный процесс

Уровень / Содержание	Инструменты	Целевой результат
Диагностический. Выявление ценностно-смысловой структуры личности клиента; определение места духовно-нравственных ориентиров в его системе значимостей.	Феноменологическое интервью; анализ нарратива; изучение жизненного смысла и целеполагания	Понимание ценностного профиля клиента; обнаружение нравственных конфликтов и ценностных пустот
Процессуальный. Работа с нравственным конфликтом; актуализация духовных ресурсов; помощь в поиске смысла; переосмысление вины, ответственности, прощения.	Экзистенциальный диалог; ресурс-ориентированная работа; нарративные техники; техники принятия ценностей	Снижение интенсивности ценностного конфликта; обретение нового смысла; реконструкция нравственного самообраза
Результативный. Формирование устойчивой ценностно-смысловой позиции; интеграция духовно-нравственного опыта в целостный образ «Я».	Анализ изменений в самопонимании; обсуждение жизненного нарратива	Ценностная конгруэнтность; способность к нравственному самоопределению; психологическое благополучие

Принципиально важным является то, что данная модель не предполагает превращения консультативного процесса в занятие по духовному воспитанию.

Речь идёт о профессиональной психологической работе, которая, однако, не

редуцирует личность клиента до совокупности когний или поведенческих паттернов, а признаёт духовно-нравственное измерение полноправной областью психологического анализа и поддержки.

Практическое применение предложенной модели требует дифференцированного понимания клиентских запросов. Анализ литературы позволяет выделить несколько типологических категорий обращений, в которых духовно-нравственная проблематика является центральной.

Таблица 2

Типология запросов к психологу-консультанту с выраженным духовно-нравственным содержанием

Тип запроса / Феноменология	Ключевые эмоциональные состояния	Рекомендованный акцент в работе
Экзистенциально-смысловой. Утрата смысла, переживание бессмысленности существования, «внутренняя пустота».	Апатия, тоска, чувство опустошённости	Работа с ценностями и смыслообразованием по Франклу; актуализация творческих ценностей
Нравственно-конфликтный. Расхождение между собственными поступками и декларируемыми ценностями, нарушение нравственных норм.	Вина, стыд, самообвинение	Дифференциация вины и стыда; работа с нравственным самообразом; помощь в принятии ответственности без самодеструкции
Ценностно-дезориентационный. Размытость ценностей, невозможность выбора, ощущение «нравственной дезориентации».	Тревога, растерянность, внутренний хаос	Прояснение ценностей, ценностная иерархизация
Религиозно-экзистенциальный. Конфликт между религиозными убеждениями и жизненными обстоятельствами, переживание богооставленности.	Отчаяние, гнев, горе	Феноменологическое принятие религиозного нарратива; работа с ценностями отношения; при необходимости – координация с духовником
Ценностного горя. Утрата значимых нравственных ориентиров вследствие потери близкого, предательства, тяжёлого опыта.	Горе, растерянность, утрата идентичности	Нарративная работа; реконструкция смыслового пространства

Данная типология, разумеется, не является исчерпывающей – реальные запросы клиентов зачастую представляют собой сложные переплетения перечисленных типов. Однако именно такая систематизация позволяет консультанту более осознанно ориентироваться в ценностно-нравственном содержании обращений.

О границах профессиональной компетенции. Одним из наиболее болезненных вопросов, возникающих при обсуждении интеграции духовно-нравственных ценностей

в консультирование, является вопрос о профессиональных границах. Где заканчивается психологическое консультирование и начинается душепопечение?

Данный вопрос не имеет универсального ответа, однако ряд ориентиров можно сформулировать. Психолог работает с психологическими последствиями духовно-нравственных переживаний, помогает клиенту более ясно осознать собственные ценности и конфликты, создаёт условия для того, чтобы клиент сам нашёл путь к смыслу. Духовный наставник, напротив, транслирует определённую систему ценностей и помогает клиенту встроиться в конкретную традицию.

Граница между этими ролями должна быть чёткой, и её нарушение в любую сторону – как уход психолога в религиозное наставничество, так и грубое обесценивание духовного опыта клиента – ведёт к профессиональным и этическим проблемам. [6]

Следует также указать, что профессиональные компетенции в области работы с духовностью клиента требуют специальной подготовки, которая в настоящее время нередко отсутствует в программах базового психологического образования.

Таблица 3

Сравнительный анализ подходов к интеграции духовно-нравственных ценностей в психологическое консультирование

Подход / Представители	Роль духовно-нравственных ценностей	Методические особенности	Ограничения
Логотерапия. В. Франкл.	Онтологическое ядро личности; источник смысла	Сократический диалог; дерефлексия; парадоксальная интенция	Слабая операционализация понятий
Ценностно-смысловая парадигма. Отечественная школа.	Центральная единица анализа личности и консультативного процесса	Прояснение ценностей; работа с личностными смыслами	Недостаточная разработанность прикладного инструментария
Православно-ориентированное консультирование. А.А. Гостев, А.Г. Фомин.	Нравственно-духовная вертикаль жизни; интеграция святоотеческой традиции	Духовно-ориентированные беседы; работа с совестью и покаянием	Ограниченность конфессиональной аудиторией
Транскультурная интеграция. Современная западная психология.	Культурно-религиозный контекст как фактор эффективности помощи	Учёт культурной и религиозной идентичности клиента	Риск поверхностной эклектики
Экзистенциальный анализ (А. Лэнгле). А. Лэнгле.	Духовность как персональная позиция в отношении к миру	Феноменологический диалог; работа с 4 фундаментальными мотивациями	Слабая адаптация к отечественному контексту

Среди всех перечисленных подходов именно ценностно-смысловая парадигма представляется наиболее перспективной основой для отечественной консультативной практики. Она достаточно широка, чтобы охватить разнообразие ценностных систем клиентов, и достаточно конкретна, чтобы служить операциональным ориентиром в работе специалиста.

Необходимо, однако, признать, что данная область исследований всё ещё остаётся недостаточно разработанной – особенно в части измерительного инструментария и методических рекомендаций для практиков. Большинство существующих разработок носят либо сугубо теоретический, либо конфессионально ограниченный характер. [7]

Разрыв между теоретическими концепциями и практическими руководствами для консультантов остаётся значительным. Преодоление этого разрыва представляется одним из приоритетных направлений развития отечественной консультативной психологии.

Выводы

Проведённый теоретический анализ позволяет сформулировать следующие выводы.

Установлено, что духовно-нравственное измерение является неотъемлемой составляющей психологической реальности личности и не может быть корректно исключено из поля консультативной работы без существенных потерь в её эффективности.

Интеграция духовно-нравственных ценностей в консультирование требует опоры на развитую теоретическую базу, объединяющую экзистенциальную традицию, отечественные разработки в области психологии нравственного сознания и современные исследования в области транскультурной психологии.

Предложенная автором 3-уровневая теоретическая модель – диагностический, процессуальный и результативный уровни – создаёт концептуальную основу для систематической работы консультанта с ценностно-нравственным содержанием запроса клиента. Принципиально важно разграничивать психологическую работу с духовно-нравственными ценностями и душепопечение как самостоятельную религиозную практику – смешение этих форм помощи чревато профессиональными и этическими нарушениями.

Обучение работе с духовно-нравственным измерением клиентского запроса должно войти в стандарт подготовки и профессионального развития психологов-консультантов.

References

1. Пушкарь, Г. А. Поколенческие различия и культурные паттерны в психологическом консультировании / Г. А. Пушкарь // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2025. – Т. 14, № 3-1. – С. 24-42.
2. Елисова, А. С. Психологическое консультирование - один из ведущих методов психологической помощи населению, его развитие, значение и востребованность в России / А. С. Елисова, А. Ю. Фофанова // Педагогика современности. – 2025. – № 4-1(34). – С. 51-54.
3. Зубова, Ю. К. Психологическое консультирование и коучинг как виды социально-психологической помощи / Ю. К. Зубова, М. А. Иванов // Национальный психологический журнал. – 2024. – Т. 19, № 3. – С. 91-103.
4. Худик, В. А. Психодиагностика в практике психологического консультирования / В. А. Худик // Коррекционно-педагогическое образование. – 2025. – № 2(42). – С. 18-24.
5. Дедов, Н. П. Развитие адаптационного потенциала взрослых в цифровом психологическом консультировании / Н. П. Дедов, А. Ю. Крылов // Проблемы теории и практики управления. – 2025. – № 7. – С. 103-112.
6. Захарова, Ю. В. Этические дилеммы в психологическом консультировании: что делают практики и как они это оценивают? / Ю. В. Захарова, Н. Г. Гаранян, М. Г. Сорокова // Медицинская психология в России. – 2026. – Т. 18, № 1(90). – С. 17-36.
7. Немцов, В. Б. Психическая энергия как современная метафора в психологическом консультировании / В. Б. Немцов // Методология современной психологии. – 2025. – № 28. – С. 177-183.

UDC 59.91

Radchenko A.A. Body, identity and loss: a case study in perinatal loss therapy within a hysterical structure of personality, theoretical foundations and clinical aspects

Тело, идентичность и утрата: случай из практики терапии перинатальных потерь при истерической структуре личности

Radchenko A. A.

Graduate Student of Continuing professional education program "Psychoanalysis"
East European Institute of Psychoanalysis, psychoanalyst

St. Petersburg, Russian Federation

Радченко А.А.

Выпускница программы дополнительного образования
Восточно – Европейского института психоанализа «Психоанализ», психоаналитик
Санкт-Петербург, Россия

Abstract. *Nancy McWilliams was a psychologist and psychoanalyst, a specialist in personality psychology, and the author of one of the most renowned books on psychoanalytic personality assessment. She described types of character organization, levels of personality structure, and defense mechanisms, and linked symptoms to internal conflicts and early developmental experiences.*

In this article, I will examine a case of therapy involving a female subject, focusing on the level of personality organization, predominant defense mechanisms, affects, reactive formations, core beliefs, and primary life scenarios, based on Nancy McWilliams's psychoanalytic personality assessment. Based on the available data and the collected anamnesis, theories of the subject's mental development are proposed, and the goals and strategies of therapy are defined.

Keywords: *psychoanalysis, Nancy McWilliams, hysterical personality type, perinatal loss, miscarriage, mental defense mechanisms, life scenarios, psychosomatics.*

Аннотация. Нэнси Мак-Вильямс (Nancy McWilliams) – психолог и психоаналитик, специалист по психологии личности, автор одной из самых известных книг по психоаналитической диагностике личности. Она описывала типы организации характера, уровни структуры личности и особенности защиты, а также связывала симптомы с внутренними конфликтами и ранним опытом развития.

В данной статье хочу рассмотреть случай терапии женского субъекта, уделяя внимание уровню организации личности, преобладающим защитам, аффектам, реактивным образованиям, базовым убеждениям, основным жизненным сценариям, основываясь на психоаналитической диагностике личности Нэнси Мак - Вильямс. На основе имеющихся данных, собранного анамнеза, высказаны теории психического развития субъекта, определены цели и стратегии терапии.

Ключевые слова: психоанализ, Нэнси Мак Вильямс, истерический тип личности, перинатальные потери, невынашивание, психические защиты, жизненные сценарии, психосоматика.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Материалы (Materials)

Субъект — женщина 35 лет, состоит в браке, детей нет. В анамнезе — повторяющиеся перинатальные потери в виде замерших беременностей на сроке 5–6 недель, один самопроизвольный аборт на 12 неделе, одна неудачная попытка ЭКО, диагностировано привычное невынашивание. Обращается с жалобами на тревогу, чувство внутренней пустоты, переживание несостоятельности как женщины, а также

на сложности в переживании телесности и сексуальности, в частности аноргазмию. Внешне: невысокая, атрибутивная, сексуальная, выглядящая моложе своих лет, смешливая, активная, спортивная фигура, много улыбается.

Структура личности пациентки соответствует невротическому уровню организации в понимании Нэнси Мак - Вильямс. Сохранна связь с реальностью, интеграция идентичности достаточна, наблюдается развитая способность к символизации и рефлексии. При этом «Я» функционирует в условиях выраженного внутриспсихического конфликта, разворачивающегося между инстанциями Сверх-Я и Ид. Сверх-Я носит преимущественно ригидный, требовательный характер, насыщено интроектами родительских предписаний, связанных с женственностью, телесной нормативностью и материнством. Ид, в свою очередь, содержит амбивалентные влечения — как к материнству, так и к сохранению автономии. Склонность к сохранению автономии очень высока, так как важная часть сущности пациентки – это независимость от внешнего, склонность к детским проявлениям в виде упрямства, капризности, игривости.

Конфликт можно описать как противостояние между желанием быть объектом любви в логике истерической организации и страхом утраты этой любви в случае проявления собственной субъективности.

Преобладают невротические защиты с элементами, характерными для истерической структуры:

1. Вытеснение — ключевой механизм, посредством которого исключаются неприемлемые импульсы в частности агрессия и амбивалентность по отношению к материнству.
2. Рационализация — когнитивная переработка травматического опыта утрат через дискурс,
3. Интеллектуализация — дистанцирование от аффекта через рассуждение, обучение медицинским основам, изучению медицинской литературы на тему не вынашиваемости и репродуктивного здоровья.
4. Сублимация — переработка напряжения в социально одобряемую активность, в частности спорт, получение новых знаний, образование.
5. Соматизация — выражение психического конфликта через телесные симптомы, в частности аноргазмия.

Также прослеживаются маниакальные защиты, описанные Дональдом Винникотом в виде постоянного приподнятого настроения, гиперактивности, склонности к демонстрации позитивного отношения к жизни, маниакального занятия спортом.

Реактивные образования — демонстрация «правильной» женственности при вытеснении противоположных импульсов, образ «хорошей девочки», включающий в себя постоянно хорошее настроение, невозможность отказа, подавление негативных эмоций.

Аффективная сфера характеризуется преобладанием:

Диффузной тревоги, то есть неопределенным постоянным ощущением тревоги, беспокойством неопределенного генеза,

Стыда как центрального аффекта, связанного с телесной несостоятельностью и несоответствием идеалу, созданному Сверх-Я

Депрессивного аффекта в форме латентной депрессии, связанного с утратами и невозможностью их полной психической переработки, часто выражающейся в телесных симптомах.

Агрессия вытеснена и возвращается в форме соматических симптомов или аутоагрессии в виде самокритики и обесценивания, многочасовых тренировок в зале, болезненных операций на теле.

На основании рассказов пациентки можно сделать заключение, что у матери имелись черты нарциссической личностной организации. Это проявлялось в её постоянной потребности в признании, любви и восхищении. Проявляя механизм нарциссического расширения, мать воспринимала дочь как продолжение собственной личности, приписывала ей свои качества, демонстрировала её успехи как свои собственные и присваивала её достижения.

Отец был отстранен и холоден, не показывал свои чувства, тем самым фрустрировал и повышал у пациентки уровень тревожности.

Пациентка демонстрирует выраженную идентификацию с материнской фигурой, обладающей нарциссическими чертами. Эта идентификация включает в себя ориентацию на внешний взгляд, зависимость самооценки от признания и тенденцию к эгоцентрической организации опыта. Материнский объект интроецирован как требующий и оценивающий, формируя жесткое Сверх-Я.

Отцовская фигура представлена в расщепленном виде: с одной стороны — идеализированный «хороший объект», обеспечивающий чувство безопасности, заботы, любви; с другой — фрустрирующий и вызывающий вину, агрессию, страх.

Таким образом, внутренняя объектная сцена организована вокруг амбивалентных и частично интегрированных репрезентаций.

Для пациентки характерна истерическая организация отношений, в которой центральным является стремление быть желанной Другим. Отношения строятся вокруг динамики «показа» и поиска подтверждения собственной привлекательности.

При этом прослеживается избегающий компонент привязанности: близость переживается как потенциально угрожающая, поскольку может привести к разоблачению «неидеального Я».

Брак с мужем можно рассматривать как воспроизведение объектных отношений с отцовской фигурой: партнер выполняет функцию поддерживающего, но также оценивающего Другого.

Типичный сценарий:

1. Идеализация на ранних этапах
2. Подстройка и подавление агрессии
3. Рост внутреннего напряжения
4. Частичное отстранение
5. Периодические уходы из отношений, возврат и повторение сценария.

В переносе вероятно формирование образа терапевта как значимого Другого, чье признание становится критически важным.

Система базовых убеждений носит характер жестких интроектов:

«Женственность = телесная привлекательность и репродуктивная способность + всегда хорошее настроение и готовность к поддержке и заботе»

«Агрессия разрушительна и недопустима»

«Плохих девочек не любят, они остаются в одиночестве»

«Проявление собственных негативных эмоций не приветствуется обществом и соответственно запрещено»

Выводы (Outputs)

С позиции психоаналитической теории сексуальности (Фрейд) можно говорить о фиксации на фаллической стадии с характерной для истерии организацией желания через Другого. Желание носит опосредованный характер: пациентка желает быть желанной, а не непосредственно переживать собственное влечение.

Проблематика невынашивания может быть рассмотрена как психосоматический феномен, в котором тело становится носителем бессознательного конфликта. Возможна символизация беременности как «введения другого внутрь», что активирует амбивалентные чувства — от желания до бессознательного отторжения. Есть ощущение, что тело хочет освободиться от «чужеродного» объекта, который в перспективе ограничит свободу клиентки, повлияет на ощущение себя желанным объектом, изменит отношения Другого к ней. Кроме того, чувствуется конфликт между Внутренним ребенком и фантазией ребенка внутри в период беременности, как будто в поле имеет право на существование только один из них.

Половая идентичность формально сформирована, однако ее ядро остается неинтегрированным. Женственность переживается как требование соответствия идеалу, а не как субъективный опыт. Есть фантазия о собственной бисексуальности, что подтверждает истерическую структуру.

В контексте структуры женского пациента остается в позиции объекта желания, не переходя к позиции субъекта желания. Это проявляется в неспособности артикулировать собственное «чего я хочу». Из данной позиции проистекает депрессивное состояние, неудовлетворенность отношениями и семейные конфликты.

Разрыв между психикой и телом проявляется в том, что тело функционирует как сцена для разыгрывания вытесненных конфликтов, в то время как психика поддерживает иллюзию контроля и нормативности.

Оптимальным является формат психоаналитически ориентированной терапии с возможностью длительной работы, а также включению телесной терапии.

Цели терапии:

- a) Интеграция расщепленных аспектов Я
- b) Ослабление ригидности Сверх-Я
- c) Переработка травматического опыта утрат
- d) Восстановление связи с собственным желанием
- e) Десоматизация конфликта через его символизацию

Терапевтическая позиция должна сочетать нейтральность и удерживающую функцию. Важно избегать попадания в позицию «оценивающего Другого», чтобы не усиливать истерическую динамику. Возможно включение телесной терапии для осознания связи с телом, включением его в психическую реальность, восстановление образа тела по Ф. Дольто.

Особое внимание следует уделять постепенному присвоению агрессии как допустимого и интегрируемого аффекта.

References

1. Ворден, В. Консультирование и психотерапия горевания : руководство для специалистов по психическому здоровью / В. Ворден ; перевод с английского О. А. Чесноковой. — Москва : Эксмо, 2020. — 320 с. — ISBN 978-5-04-105213-3.
2. Винникотт, Д. В. Семья и развитие личности. Мать и дитя / Д. В. Винникотт ; перевод с английского О. А. Чесноковой. — Москва : Литур, 2004. — 400 с. Лапланш, Ж. Словарь по психоанализу / Ж. Лапланш, Ж.-Б. Понталис ; перевод с французского Н. С. Автономовой. — Москва : Высшая школа, 1996. — 623 с. — ISBN 5-06-002981-3.

3. Мак-Вильямс, Н. Психоаналитическая диагностика: Понимание структуры личности в клиническом процессе / Н. Мак-Вильямс ; перевод с английского под редакцией М. Н. Глущенко. — Москва : Независимая фирма «Класс», 2015. — 592 с
4. Мак-Вильямс, Н. Психоаналитическая психотерапия: Руководство практика / Н. Мак-Вильямс ; перевод с английского А. В. Андропова. — Москва : Независимая фирма «Класс», 2016. — 480 с.
5. Фрейд, З. Истерия и страх / З. Фрейд ; перевод с немецкого под редакцией А. М. Боковой. — Москва : СТД, 2006. — 318 с.
6. Фрейд, З. Печаль и меланхолия / З. Фрейд // Психология эмоций. Тексты / под редакцией В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. — Москва : Издательство Московского университета, 1984. — С. 203–211.

UDC 159.91

Radchenko A.A. The Unconscious Body Image in Françoise Dolto's Psychoanalysis: Theoretical Foundations and Clinical Aspects

Бессознательный образ тела в психоанализе Франсуазы Дольто: теоретические основы и клинические аспекты

Radchenko A.A.

Graduate Student of Continuing professional education program "Psychoanalysis"
East European Institute of Psychoanalysis, psychoanalyst
St. Petersburg, Russian Federation
Радченко А.А.

Выпускница программы дополнительного образования
Восточно – Европейского института психоанализа «Психоанализ», психоаналитик
Санкт-Петербург, Россия

Abstract. This article explores the theoretical legacy of the eminent French psychoanalyst and pediatrician Françoise Dolto. The author focuses on the concept of "body image" as a key element in a child's mental development. The work analyzes the nature of the unconscious body image, its role in the processes of self-identification, socialization, and the formation of healthy narcissism. Particular attention is paid to differentiating the concepts of "body image" and "body schema." The multicomponent structure of the formation of the basic image (including the respiratory-olfactory-auditory, oral, anal, and erogenous levels) is described, and the destructive consequences of disruptions to this process, leading to psychosomatic disorders, are discussed.

Keywords: child psychoanalysis, Françoise Dolto, unconscious body image, body schema, self-identification, mental development, psychosomatics. **Аннотация.** Статья посвящена исследованию теоретического наследия выдающегося французского психоаналитика и педиатра Франсуазы Дольто. В центре внимания автора находится концепция «образа тела» как ключевого элемента психического развития ребенка. В работе анализируется природа бессознательного образа тела, его роль в процессах самоидентификации, социализации и формировании здорового нарциссизма. Особое внимание уделено дифференциации понятий «образ тела» и «схема тела». Описывается многокомпонентная структура формирования базового образа, а также рассматриваются деструктивные последствия нарушений данного процесса, приводящие к психосоматическим расстройствам.

Ключевые слова: детский психоанализ, Франсуаза Дольто, бессознательный образ тела, схема тела, самоидентификация, психическое развитие, психосоматика.

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение (Introduction)

Франсуаза Дольто (1908–1988), выдающийся французский психоаналитик и педиатр, внесла значительный вклад в развитие детской психоанализа, объединяя фрейдистские и лакановские идеи с практическим опытом работы с детьми. Её концепция "образа тела" представляет собой ключевой элемент в понимании психического развития, где тело трактуется не как чисто биологическая композиция, но бессознательный образ, формируемый в раннем детстве под влиянием различных

факторов. Согласно Дольто, этот образ определяет самость, индивидуальные реакции, аффекты и социальное взаимодействие человека. В своих работах Дольто подчёркивает, что нарушения в формировании базового образа тела могут привести к психосоматическим расстройствам и эмоциональным конфликтам. [1, 2, 3]

Материалы (Materials)

В психоаналитическом подходе Франсуазы Дольто бессознательный образ тела выступает как основополагающий элемент, вокруг которого выстраивается всё наше психическое развитие. С его помощью человек не только переживает и познаёт жизнь, но и служит связующим звеном между внешним миром и внутренними процессами, а также фундаментом для нарциссизма. Через тело осуществляется общение с другими людьми и с самим собой. Это фундаментальный элемент самоидентификации, который формируется на самых ранних этапах человеческого развития. Бессознательный образ тела не просто физическое представление о теле, а глубоко символический образ, позволяющий ребёнку ощущать себя как целостное существо. Из этого ощущения рождается базовое понимание существования: тело становится "якорем" для нарциссизма, обеспечивая чувство стабильности и самодостаточности. [4]

Бессознательный образ тела формируется из динамического взаимодействия базового или первичного образа, состоящего из дыхательно-обонятельного-аудитивного базового образа (полость и грудная клетка); орального базового образа, (рот, глотка, гортань, живот); анального базового образа, (пищеварительный тракт и связанные с ним выделение, удержание); функционального, то есть стенического, жизнеспособного и образа эрогенного, то есть фокусированного на эротическом удовольствии, которые связываются между собой влечениями к жизни и актуализируются в динамическом образе. [4]

В отличие от «схемы тела», которая может быть предсознательной, сознательной и бессознательной, образ – бессознательный элемент само отождествления. «Схема тела» — это «зарисовка» в нашем мозгу схематического представления нашего тела, его конечностей, границ и взаимодействие этих частей тела друг с другом и другими объектами. Как правило, «схема тела» является нединамическим понятием, то есть остается неизменной на протяжении жизни, если только человек не лишается какой-то конечности. В этом смысле «образ тела» является специфическим для каждого индивида и может подвергаться воздействию извне, например зависеть от мнения окружающих, высказываний матери о теле ребенка и т.д.

Теория направления анализа Ф. Дольто опирается на фрейдистские идеи о стадиях психосексуального развития (оральной, анальной, фаллической), и

лакановскую "зеркальную стадию", где ребёнок формирует идентичность через отражение в другом. [5,6]

Формирование бессознательного образа тела происходит постепенно. Дольто полагала, что этот образ формируется еще до зачатия в виде «желание родителей к продолжению жизни», далее внутриутробно и поле рождения ребенка. На ранних стадиях (от рождения до 2–3 лет) решающую роль играет эмоциональная и физическая связь с матерью, которая помогает ребёнку определить и «присвоить» собственное тело. Дольто описывает это как процесс "символизации" телесного опыта. Касания, движения и сенсорные ощущения учат ребёнка различать внутреннее и внешнее пространство. Например, акт грудного вскармливания не только удовлетворяет физиологическую потребность, но и закладывает основу для ощущения безопасности и целостности.

Дальнейшее развитие образа тела происходит через серию кастраций — символических потерь, структурирующих психику. Эти этапы определяют переход от автономного тела к сексуированному.

Клинические примеры и терапевтическое применение (Clinical examples and therapeutic applications)

Первый пример - девочка 4 лет, сосущая палец, хотя до этого данного действия не наблюдалось. В данном действии я вижу связь с эмоциональным конфликтом ребенка. Симптом появился после рождения младшего брата, что вызвало ощущение "потери" безопасности. Палец в данном примере указывает на два аспекта: оральное удовольствие и ощущение одиночества, утраты. Бессознательно ребёнок ассоциирует сосание с утратой "материнской" заботы, потерей хорошей, заботливой груди, которая была только для него, формируя образ тела как "неполного" или "кастрированного". Терапия данного симптома предполагает обсуждение чувств ревности и постепенного восстановления «образа тела» через игру, рисунки, минимальные интервенции в виде разговоров.

Второй пример - молодой человек 18 лет, аутизм и критический недостаток веса. В этом случае базовый образ тела раздроблен, фрагментирован. Эмоционально - отчужденная мать, не проявляющая эмоции, максимально отстраненная от ребенка, не дающая достаточного телесного контакта, а также рождение брата в возрасте 4 лет привело к размытию «образа тела» молодого человека. В терапии показаны телесные практики, телесно – ориентированная терапия, которая поможет воссоздать и заполнить «дыры» в «образе тела»

Третий пример — женщина 35 лет, страдающая хроническим гайморитом, что можно отнести к психосоматическим расстройствам. В процессе работы выяснилось у

пациентки холодная нелюбящая мать, наказывающая ее молчанием, отчуждением, не дающая заботы и ласки. Кроме того, в возрасте 4 лет родилась сестра, которой отдавали всю любовь, заботу и нежность. Нехватка тепла, телесного контакта с матерью привело к образованию хронической болезни, при которой пациентка получала часть недостающей заботы только во время болезни. Пациентка находится в анализе, наблюдается уменьшение рецидивов болезни.

Заключение (Conclusion)

Эти примеры демонстрируют, что базовый образ тела — не статичный конструкт, а динамичный, поддающийся коррекции через психоанализ.

References

1. Дольто, Ф. Бессознательный образ тела / Ф. Дольто; перевод с французского И. Б. Ворожцовой. — Ижевск : ERGO, 2006. — 375 с. — (Собрание сочинений ; т. 16).
2. Дольто, Ф. На стороне ребенка / Ф. Дольто; перевод с французского А. К. Борисовой. — Екатеринбург: Рама Паблишинг, 2010. — 716 с.
3. Дольто, Ф. Приобщение к психоанализу : лекции, семинары, радиопередачи / Ф. Дольто ; перевод с французского О. В. Давлетшиной. — Ижевск : ERGO, 2008. — 151 с.
4. Дольто, Ф. Психоанализ и педиатрия : медицинское руководство для врачей, воспитателей и родительниц / Ф. Дольто ; под общей редакцией М. М. Решетникова. — Санкт-Петербург : Восточно-Европейский Институт Психоанализа, 1997. — 134 с.
5. Лакан, Ж. Стадия зеркала и ее роль в формировании функции Я / Ж. Лакан // Семинары. Книга 2: Я в теории Фрейда и в технике психоанализа (1954–1955). — Москва : Гнозис ; Логос, 1999. — С. 508–515.
6. Фрейд, З. Я и Оно / З. Фрейд // По ту сторону принципа удовольствия. — Москва : Прогресс, 1992. — С. 251–292.

UDC 159.9.01

Shlyuev K.A. Theoretical prerequisites for the emergence of field models of consciousness in psychology: from metaphor to biophysics

Теоретические предпосылки возникновения полевых моделей сознания в психологии:
от метафоры к биофизике

Shlyuev Konstantin Antonovich,

Graduate student of the Department of Psychology and Pedagogy,
Tolyatti State University, Tolyatti
Academic Supervisor

Bogdanova Anna Vladimirovna

Togliatti State University
Head of Department, Associate Professor
Academic Degree

Candidate of Pedagogical Sciences

Шлюев Константин Антонович,
студент магистратуры кафедры психологии и педагогики,
Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

Научный руководитель
Богданова Анна Владимировна
Тольяттинский государственный университет
Начальник отдела, Доцент
Ученая степень
Кандидат педагогических наук

Abstract. This article investigates the evolution of field models of consciousness from early natural-philosophical metaphors to contemporary biophysical hypotheses, offering to examine a conceptual solution to the fundamental "binding problem," which remains a significant challenge within the classical connectionist paradigm. The author chronologically analyzes the historical and philosophical prerequisites of the field approach, starting with the psychophysical *unus mundus* concept by C.G. Jung and W. Pauli and the planetary noosphere of V.I. Vernadsky, and subsequently examines early empirical attempts to objectify mental interaction and the discovery of the bioelectret effect in living tissues. This profound historical foundation enabled modern researchers to transition the discussion into the realm of neurobiology and physics. The study details Johnjoe McFadden's Conscious Electromagnetic Information (CEMI) field theory, which proposes that the brain's endogenous electromagnetic field actively performs continuous ephaptic modulation of neuronal activity. Moreover, the author evaluates the quantum-physical basis of consciousness, analyzing the interaction of cortical microcolumns with the Zero-Point Field (ZPF model) and the concept of quantum cognition based on Posner molecules, as well as the latest integrative models, including the GlymphoVasomotor Field (GVF) and the topology of neural hypernetworks (cognitome). As a result of this comprehensive analysis, the author posits that field paradigms can be considered a mathematically and physically grounded substrate of subjective experience; therefore, these findings suggest a possible need to shift from strictly discrete digital architectures to hybrid field computing systems in the development of artificial general intelligence.

Keywords: binding problem, field models of consciousness, ephaptic coupling, Conscious Electromagnetic Information theory (CEMI), quantum cognition, cognitome, bioelectret effect, artificial general intelligence (AGI).

Аннотация. Данная статья исследует эволюцию полевых моделей сознания от ранних натурфилософских метафор до современных биофизических гипотез, предлагая рассмотреть концептуальное решение фундаментальной «проблемы связывания», которая остается серьезным вызовом в рамках классической коннекционистской парадигмы. Автор анализирует историко-философские предпосылки зарождения полевого

*подхода, начиная с психофизической концепции *unus mundus* К.Г. Юнга и В. Паули и концепции ноосферы В.И. Вернадского, после чего рассматривает ранние эмпирические попытки объективизации ментального взаимодействия и открытие биоэлектрического эффекта поляризации живых тканей. Этот исторический фундамент позволил современным исследователям перевести дискуссию в плоскость физики и нейробиологии. Статья разбирает теорию сознательного электромагнитного информационного поля (СЕМІ) Дж. Макфаддена, где предполагается, что эндогенное электромагнитное поле мозга осуществляет непрерывную эфантическую модуляцию нейронной активности. Также оценивается квантово-физический базис сознания: анализируется взаимодействие кортикальных микроколонок с полем нулевой точки (ZPF-модель) и концепция квантовой когниции на базе молекул Познера, а также новейшие интегративные модели, включая гливомоторное поле (GVF) и топологию нейронных гиперсетей (когнитом). В результате проведенного анализа автор делает вывод, что полевые парадигмы могут рассматриваться как математически и физически обоснованный субстрат субъективного опыта; соответственно, эти данные указывают на возможную необходимость перехода от сугубо дискретных цифровых архитектур к гибридным полевым вычислительным системам при разработке сильного искусственного интеллекта.*

Ключевые слова: *проблема связывания, полевые модели сознания, эфантическая связь, теория сознательного электромагнитного информационного поля (СЕМІ), квантовая когниция, когнитом, биоэлектрический эффект, искусственный интеллект.*

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Введение.

Поиск фундаментальных основ сознания до сих пор представляет собой одну из самых масштабных и сложных проблем современной психологической науки. На протяжении XX века в академической психологии и нейробиологии доминировала коннекционистская парадигма. Базовой единицей когнитивных процессов выступал отдельный нейрон, а сам феномен сознания трактуется как эмерджентное свойство, которое порождается сложной системой синаптических связей между дискретными клетками. Но такой подход сталкивается с серьезным эпистемологическим препятствием, так называемой «проблемой связывания». Каким именно образом колоссальное количество пространственно разделенных и протекающих разрозненно нейронных импульсов может интегрироваться в единый, непрерывный субъективный опыт, обладающий качественной однородностью? В качестве попытки обойти это ограничение постепенно сформировалась альтернативная исследовательская траектория — концепция «поля». Этот подход прошел долгий эволюционный путь от ранних психологических теорий до передовых биофизических моделей. Изначально термин применялся психоаналитиками и представителями гештальт-психологии скорее как удобная метафора, позволяющая описать холистическую природу человеческой психики и восприятия. Однако ближе к началу XXI века полевая парадигма претерпевает изменения. Из простой эвристической модели она трансформируется в физическую гипотезу, которая опирается на открытия в нейрофизиологии, квантовой электродинамике и теории электромагнитных полей. Данный обзор ставит перед собой

цель провести подробный анализ этой теоретической эволюции. Мы планируем последовательно рассмотреть исторические предпосылки зарождения полевых моделей: от философского диалога Карла Густава Юнга и Вольфганга Паули, через ранние эмпирические аномалии, зафиксированные в опытах Владимира Бехтерева, и идеи Владимира Вернадского, вплоть до современных концепций. К последним мы относим теорию сознательного электромагнитного информационного поля (CEMI) Джона Джо Макфаддена, концепцию глиовазомоторного поля (GVF) Бхатта и модель резонанса нулевой точки (ZPF) Иоахима Кепплера. Интеграция исторического контекста с новейшими исследованиями позволяет проследить, как полевая модель вышла за рамки поэтических аналогий и метафор и стала претендовать на статус возможного физического субстрата человеческого сознания.

Материалы и методы исследований

Статья представляет собой теоретико-методологический обзор, посвященный исторической и биофизической эволюции полевых парадигм в изучении сознания. В качестве методологической базы исследования были использованы принципы междисциплинарного синтеза, системного подхода и историко-научного анализа. Базу источников сформировали рецензируемые научные публикации, монографии и патенты, проиндексированные в международных и российских базах данных научного цитирования. Поиск научной литературы мы осуществляли по следующим ключевым словам и их комбинациям: «проблема связывания», «полевые модели сознания», «эфаптическая связь», «квантовая когниция», «электромагнитная теория сознания», «биоэлектреты», «semi field theory», «quantum cognition». Хронологические рамки отбираемых источников охватывают широкий период от начала XX века (формирование первых натурфилософских и ранних эмпирических подходов к проблеме) по 2025 год (когда были предложены новейшие квантово-физические и нейрогидродинамические модели). Отбор публикаций производился на основе критериев их научной значимости для рассматриваемой темы, наличия заявленной физической и математической модели взаимодействия, а также их потенциала для преодоления классической «проблемы связывания». В ходе работы применялись методы сравнительного и концептуального моделирования, что позволило оценить эвристический потенциал рассматриваемых теорий (макроскопическая ЭМ-модель, ZPF-модель и концепция молекул Познера) в контексте нейробиологии и перспектив разработки сильного искусственного интеллекта.

Результаты и обсуждения.

В ходе историко-научного анализа отобранных материалов становится очевидно, что зарождение полевых концепций в психологии было спровоцировано не столько

нейробиологическими открытиями, сколько фундаментальным кризисом причинности в естествознании. В начале прошлого века строго детерминированная картина мира, базирующаяся на ньютоновской механике, начала меняться под влиянием квантовой физики и теории относительности. Психологи того времени, стремившиеся придать своей дисциплине статус точной науки, стали адаптировать новые физические концепции для объяснения нелокальных и целостных аспектов работы разума. Одним из первых концептуальных шагов в этом направлении стала теория коллективного бессознательного Карла Густава Юнга. Описывая хранилище универсальных архетипов, Юнг постулировал существование своеобразного надличностного психического поля, объединяющего все человечество [Юнг, 2019]. Сами архетипы рассматривались им как специфические «энергетические центры», что в некоторой степени близко к современному пониманию устойчивых паттернов (аттракторов) в динамических системах. Особое значение для развития представлений о нелокальности психики имел междисциплинарный диалог между Юнгом и Вольфгангом Паули, выдающимся физиком-теоретиком и лауреатом Нобелевской премии. Их обширная переписка (1932–1958 гг.) демонстрирует масштабную попытку объединить материю и психику в рамках единого поля реальности, для обозначения которого исследователи использовали средневековый алхимический термин *unus mundus* («единый мир») [Zabriskie, 2001; Beyond synchronicity, 2004]. В рамках такого синтеза Юнг разработал принцип «синхроничности» — концепцию, которая пыталась объяснить совпадение во времени событий, связанных общим смыслом, но не имеющих между собой очевидной физической причинно-следственной связи [Юнг, 2009]. Он видел в них проявление фундаментального, акаузального принципа упорядочивания реальности. По его логике, если причинность управляет физическим миром, то акаузальный принцип структурирует смыслы в психофизическом измерении. Паули обнаружил в этих размышлениях определенную методологическую ценность. Он критиковал сугубо механистический подход к мироустройству, допуская, что некий универсальный порядок может распространяться как на объективную, так и на субъективную реальность [Паули, 1975]. Физик провел прямую параллель между квантовой «проблемой наблюдателя» (где процесс наблюдения влияет на квантовую систему) и психологической динамикой, при которой наблюдающее сознание и наблюдаемый объект неразрывно связаны. Плодом этого сотрудничества стала формулировка гипотезы о «психоидном архетипе». Юнг предположил, что самые глубокие уровни бессознательного обладают квазифизической (психоидной) природой. Они не относятся ни к чистой материи, ни к чистому духу, а скорее функционируют как связующее звено между ними. При таком подходе психика перестает рассматриваться как изолированный феномен внутри черепной коробки, она

концептуально «заземляется» в биологических и космологических процессах. Эту идею принято считать одной из первых полноценных «полевых моделей» в западной академической психологии. Из нее вытекает предположение, что мозг не столько генерирует сознание «с нуля», сколько структурирует его, взаимодействуя с предсуществующим психофизическим фоном. В рамках концепции *unus mundus* наблюдатель и объект наблюдения представляются как различные модификации единого информационного поля, которое познает само себя через систему взаимоотношений. Таким образом, совместная работа Юнга и Паули обогатила натурфилософию идеей о том, что реальность может представлять собой сложную сеть некаузальных взаимодействий, где эмерджентность и синергия выступают важными характеристиками Вселенной. Итогом этой гипотезы стала мысль о том, что сознание может вести себя как поле — оно обладает свойством нелокальности, способно к взаимодействию на расстоянии (через феномен синхроничности) и вплетено в материальную структуру мира. Это сместило фокус некоторых исследователей с вопроса «каким образом нейроны производят разум?» на вопрос «как именно мозг настраивается на психофизическое поле?».

В дальнейшем, как показывает обзор психологической литературы тех лет, эти идеи нашли своеобразное отражение в различных психологических школах. Абрахам Маслоу в исследованиях самоактуализации и «пиковых переживаний» описывал состояния интегрированного сознания как моменты резонанса индивидуальной психики с глобальным трансперсональным полем [Маслоу, 2022]. Станислав Гроф в рамках холотропного подхода объединил концепции Юнга с восточной философией, метафорически представив сознание в виде голографического поля, которое не ограничено физическим телом и линейным течением времени [Гроф, 2001]. Роберто Ассаджиоли в теории психосинтеза выделил «высшее бессознательное» как источник духовности, что многие связывают с идеей многоуровневого поля с различными качественными характеристиками [Ассаджиоли, 2002]. Кен Уилбер в своей интегральной метатеории (AQAL) описывал реальность как всеобъемлющее развивающееся поле сознания, проявляющееся во внутренних и внешних, индивидуальных и коллективных аспектах бытия [Уилбер, 2009]. Курт Левин, в свою очередь, довольно успешно адаптировал математико-физическое понятие поля для нужд социальной психологии [Левин, 2023]. Его идея о том, что любые поведенческие реакции являются производной от самой личности и окружающего ее психологического «жизненного пространства», легла в основу анализа психики через призму динамических силовых полей. Параллельно с психологами, основоположник биогеохимии Владимир Вернадский предложил несколько иной взгляд на человеческую

когницию, он предложил рассматривать «научную мысль» как объективную геологическую силу. В труде «Научная мысль как планетное явление» он выдвинул тезис о переходе биосферы в новую стадию развития — ноосферу (сферу разума), обусловленную направленной интеллектуальной активностью человечества [Вернадский, 1991; Вернадский, 2012]. Особенность подхода Вернадского заключалась в трактовке когнитивных процессов как специфической формы энергии, оказывающей физическое воздействие на материальный мир. В таком прочтении ноосферу Вернадского можно интерпретировать как глобальное поле организованного коллективного сознания. Ученый предполагал, что эволюция биосферы подчинена направленному вектору. Это перекликается с некоторыми современными концепциями, которые пытаются рассматривать сознание как эмерджентное свойство сверхсложных систем, способное функционировать на планетарном уровне. Позднейшие исследователи часто отмечают, что Вернадский в каком-то смысле предвосхитил современные теории единого информационного поля [Каширин, 1994; Нефедов, Яшин, 1997; Яшин, 1996]. Если Юнг выстраивал связь между индивидом и космосом через смысловую ось, то Вернадский связал человека и планету через энергетическую и биогеохимическую ось. В обоих случаях для осуществления подобных взаимодействий требуется допущение о наличии особой полевой среды, что заложило исторический базис для перехода к континуальным (непрерывным) моделям реальности.

В соответствии с логикой развития науки, к середине XX века исследователи предприняли ряд попыток перенести эти теоретические рассуждения в лаборатории для проверки. Целью было обнаружение физического носителя, который мог бы обеспечивать дистанционное взаимодействие биологических систем. При изучении архивов мы видим, что в 1920–1930-е годы в СССР была развернута программа по изучению феномена мысленного внушения в парах «человек-животное» [Бехтерев, 2009; Бехтерев, 1920; Дуров, 1924]. Проектом руководили невропатолог Владимир Бехтерев и дрессировщик Владимир Дуров. Суть опытов, согласно публикациям того времени, заключалась в мысленной передаче команд собакам. Предполагалось, что животные должны были выполнять совершенно новые для них алгоритмы действий, что исключало бы влияние выработанных условных рефлексов. Например, собаке требовалось самостоятельно найти и принести конкретный предмет (например, телефонную книгу) из соседнего помещения без визуальных, звуковых или запаховых подсказок со стороны человека. В исторических отчетах результаты описывались как интригующие. Согласно отчетам Бехтерева и инженера Б. Кажинского, из 1278 проведенных испытаний 696 завершились успехом, в то время как неудачными были признаны 582 попытки [Maire, LaMothe, 1975, www]. Авторы публикаций заявляли, что статистический анализ

показывает распределение, превышающее вероятность случайного угадывания, и трактовали это как свидетельство наличия некой объективной взаимосвязи. Также стоит упомянуть последующие серии экспериментов под руководством Л.Л. Васильева [Васильев, 1962]. В ряде случаев заявленный эффект «внушения» не блокировался при помещении реципиента в свинцовую экранирующую камеру или при разнесении участников на колоссальные расстояния (упоминались даже опыты с подводными лодками) [Васильев, 1963]. Это обстоятельство заставляло авторов сомневаться в гипотезе о том, что сигналы передаются с помощью обычных электромагнитных волн. Васильев предположил, что гипотетическое ментальное поле может либо обладать характеристиками сверхпроницаемости (по аналогии с нейтрино), либо базируется на принципах квантовой нелокальности, выходя за пределы максвелловской электродинамики. Важно подчеркнуть, что современная наука относится к подобным экспериментам с высокой долей оправданного скепсиса, в первую очередь из-за проблем с методологией и независимой воспроизводимостью. Тем не менее, в контексте нашей работы они важны, так как исторически стали одной из первых попыток систематически измерить физические параметры ментального поля. Параллельно велись исследования электрических свойств самих биологических тканей. Здесь существенный вклад внес Е.Т. Кулин, разработавший концепцию биоэлектретного эффекта [Кулин, 1980]. Он выдвинул и обосновал идею, что живые ткани функционируют как «электреты» — специфические диэлектрические материалы, способные длительное время сохранять квазипостоянную электрическую поляризацию (как постоянный магнит, но в сфере электричества). По его расчетам, это свойство позволяет биологическому организму генерировать устойчивые электромагнитные структуры, противостоя разрушительному температурному хаосу (броуновскому движению) на клеточном уровне. Поляризация тканей стала рассматриваться как возможный базовый физический механизм для поддержания структурной целостности и долговременной памяти [Кулин, 1996]. Таким образом, работы по биоэлектретному эффекту послужили аргументом в пользу возможности существования стабильного эндогенного «биологического поля» [Василевич, Моргунов, 2023]. Выдвигались предположения, что такое поле способно взаимодействовать с внешней средой и выступать субстратом для высших когнитивных актов, которые трудно свести к простой сумме кратковременных синаптических импульсов. Это направление мысли предвосхитило современные попытки описать механизмы квантовой защиты информации в теплой среде головного мозга.

Анализируя современные подходы XXI века, мы видим, что концепция поля постепенно перешла в строгую биофизическую плоскость. Понимание того, что сугубо

вычислительные цифровые модели ИИ пока не способны воспроизвести феноменальное субъективное сознание, а классическая нейробиология по-прежнему сталкивается с «проблемой связывания», заставило ученых внимательнее отнестись к электромагнитному полю. В ряде работ оно стало рассматриваться как возможный стандартизированный биофизический оператор центральной нервной системы. В ходе концептуального анализа наиболее проработанной в этом отношении мы находим Теорию сознательного электромагнитного информационного поля (CEMI), обновленная редакция которой была представлена Джоном Джо Макфадденом [McFadden, 2013; McFadden, 2020, McFadden 2025]. В рамках этой модели предполагается, что нейронные сети успешно справляются с рутинными задачами в фоновом, бессознательном режиме. Феномен же сознания, по гипотезе автора, возникает внутри электромагнитного поля, которое непрерывно генерируется совокупной электрической активностью этих нейронов. Макфадден указывает, что поле не рассеивается в пространстве как тепловой шум, оно может выполнять сложнейшие аналоговые вычисления, опираясь на принципы конструктивной и деструктивной волновой интерференции. В этой трактовке именно наложение электромагнитных волн рождает целостный образ (гештальт), ощущаемый как «сознание». Интересным вкладом CEMI является описание механизма эфаптической связи — процесса, посредством которого нематериальное поле гипотетически способно влиять на физическую материю. Если раньше к ЭМ-полям мозга часто относились как к вторичному продукту, то Макфадден приводит аргументы в пользу того, что эндогенное поле выступает активным модулятором работы клеток. Теория предполагает, что биологическими антеннами, улавливающими полевую информацию, служат специфические вольтаж-зависимые ионные каналы (в первую очередь HCN2-каналы) [McFadden, 2021, www]. Эти белковые структуры, в изобилии представленные в таламусе и коре головного мозга, демонстрируют высокую чувствительность даже к микроскопическим колебаниям электрического поля. Согласно модели, в мозге формируется петля обратной связи: физические нейроны генерируют поле; поле интегрирует данные и формирует гештальт; затем это же поле воздействует на ионные каналы, меняя вероятность электрического разряда самих нейронов. Эфаптическая связь, таким образом, предлагает один из вариантов биофизического обоснования феномена «свободы воли» — как способности сформированного разума (поля) инициировать физические действия в нейронном субстрате. По мнению Макфаддена, классические нейросетевые подходы испытывают трудности перед проблемой связывания, поскольку передача данных по аксонам всегда разделена в пространстве и требует времени. Электромагнитное поле, в отличие от них, обладает физической непрерывностью. Предполагается, что информация в поле интегрируется со скоростью

света. Новейшие данные исследований Макфаддена 2025 года предоставляют аргументы в пользу того, что пространственная геометрия работы мозга может описываться через моды ЭМ-поля точнее, нежели через карту физических синапсов, а скорость эфаптической передачи существенно превышает скорость химической синаптической передачи (по некоторым оценкам, в 5000 раз).

Далее мы рассмотрели исследования, опускающиеся на уровень квантового вакуума и ядерной физики в поисках первичного источника сознательного поля. В период с 2021 по 2025 год Иоахим Кепплер представил математически детализированную попытку интегрировать феномен сознания в аппарат квантовой электродинамики (QED). Кепплер исходит из допущения, что мозг не является замкнутой системой; он рассматривается как находящийся в непрерывном вибрационном контакте с Полем Нулевой Точки (Zero-Point Field, ZPF) — вездесущим энергетическим фоном физического вакуума [Keppler, 2023]. Основой его концепции выступает модель TRAZE (Resonant Amplification of Zero-Point Modes — Резонансное усиление мод нулевой точки). В роли предполагаемых биологических резонансных полостей здесь выступают кортикальные микроколоны — функциональные цилиндры коры головного мозга диаметром около 30 мкм, включающие в себя порядка 100 нейронов. Гипотеза состоит в том, что скопление нейромедиатора глутамата внутри этих микроколонок способно вступать в прямой квантовый резонанс с полем ZPF. Ожидается, что такое взаимодействие может провоцировать макроскопические квантовые фазовые переходы, ведущие к селективному (выборочному) усилению определенных частот вакуумного поля. Это физическое усиление, по мнению Кепплера, и представляет собой акт осознания. Для верификации своей теории исследователь предлагает мысленный или реальный эксперимент, базирующийся на эффекте Казимира. Суть опыта сводится к микроскопическому экранированию кортикальных микроколонок специальными проводящими пластинами, чтобы искусственно отсечь определенные частоты ZPF (в терагерцовом диапазоне). Автор предполагает, что если подобное экранирование вызовет коллапс сознания испытуемого объекта или нарушит динамику нейронной сети, это станет весомым аргументом в пользу теории. В определенном философском смысле модель Кепплера перекликается с юнговским *Unus Mundus*, где роль объединяющего фундамента отводится квантовому вакууму. При рассмотрении этих моделей нельзя игнорировать проблему декогеренции — разрушения хрупких квантовых состояний в теплой биохимической среде мозга, что долгое время оставалось главным аргументом против квантовых теорий. В 2015 году физик Мэтью Фишер предложил теоретический механизм преодоления этой проблемы, сформулировав гипотезу о «молекулах Познера» [Fisher, 2015]. Фишер привел математические расчеты, показывающие, что ядерные

спины изотопов фосфора могут выступать подходящими кандидатами на роль биологических кубитов, способных противостоять декогеренции. Механизм формирования этой гипотетической квантовой памяти включает несколько этапов. Сначала особый фермент (пирофосфатаза) расщепляет ион пирофосфата на два независимых иона фосфата. Согласно модели, в момент этого разрыва ядерные спины атомов фосфора переходят в состояние строгой квантовой запутанности. Запутанные ионы фосфата соединяются с ионами кальция, формируя кластеры — молекулы Познера. Предполагается, что за счет стремительного вращения этих нанокластеров в водной среде ядерные спины фосфора изолируются от магнитного шума мозга. Это потенциально может обеспечивать сохранение квантовой когерентности на долгий срок — от нескольких часов до суток. В гипотезе описывается, что защищенные молекулы Познера переносятся в синаптические щели нейронов. При их химическом связывании происходит закономерный распад, в результате которого в синапс выбрасываются ионы кальция. Этот выброс кальция провоцирует синаптическую передачу импульса. Таким образом, делается допущение, что общая картина срабатывания нейронов мозга может быть статистически детерминирована нелокальным квантовым состоянием фосфорных спинов. Гипотеза Фишера является попыткой соединить клеточный метаболизм и законы квантовой механики, иллюстрируя, как субмикроскопическое поле теоретически может влиять на макроскопическую нейросеть.

В завершение необходимо отметить, что в последние годы понимание «поля» начало расширяться, захватывая топологию и нейрогидродинамику. Так, в 2025 году группа под руководством Бхатта представила теорию Глиовазомоторного поля (GVF), полемизирующую с классическим нейроцентричным подходом [Bhatt, Sbaih, Habermann, 2025]. Теория опирается на предположение, что когнитивные процессы регулируются также глобальной гидродинамикой мозга. В этой модели поле описывается как сложная пульсирующая ионная среда, возникающая на стыке работы лимфатической системы (отвечающей за дренаж тканей), вазомотии (ритмичного сужения сосудов) и концентрации нейромедиаторов (в частности, норэпинефрина). Бхатт предлагает метафору симфонического оркестра, где отдельные нейроны играют роль музыкальных инструментов, а пульсирующие потоки спинномозговой жидкости выступают в роли дирижера, синхронизирующего игру оркестрантов с помощью электромагнитных колебаний. Концепция GVF стала примером интегративной модели, связывающей гидравлику, биохимию и электродинамику живого мозга. Параллельно академик К.В. Анохин разрабатывает фундаментальную теорию Когнитума, исследующую сознание сквозь призму математической теории гиперсетей [Анохин, 2021]. Хотя формально это структурная концепция, в ней прослеживаются полевые признаки. Анохин выдвигает

тезис, что субъективный опыт кодируется не в изолированных нейронах или их цепях, а в распределенной нематериальной топологии связей высшего порядка — «нейронной гиперсети». Согласно этой парадигме, сознание рассматривается как специфическое, целостное состояние всей информационно-топологической сети одновременно, что затрудняет его сведение к простой сумме биологических компонентов. Наконец, развитие теоретических моделей ставит вопрос об их практической реализации при разработке искусственного интеллекта. В этом направлении можно выделить аппаратную модель нейронной сети, созданную отечественной исследовательской группой [Пат. 2309457, Шевченко, Шульгин, 2007]. В отличие от классических коннекционистских архитектур, где сигнал передается по физическим синапсам-проводам, данная разработка базируется на концепции искусственных «ЭМ-нейронов». Эти элементы способны принимать и излучать электромагнитные колебания, осуществляя обмен данными через полевую среду. Сообщается, что лабораторные испытания сети из базовых ЭМ-нейронов продемонстрировали явления полевой самоорганизации. Были зафиксированы спонтанные переходы сети от хаотических режимов работы к фазовой синхронизации, а также формирование временных паттернов без наличия центрального управляющего алгоритма. Эта аппаратная сеть рассматривается авторами как физическая иллюстрация механизмов, схожих с описываемыми в теории CEMI Дж. Макфаддена.

Выводы

Анализ эволюции взглядов на природу психики демонстрирует, что концепция «поля» прошла сложный исторический цикл, вернувшись к обсуждению философских вопросов на новом уровне научной методологии. Начав свой путь в качестве интуитивных догадок в «алхимических» размышлениях Юнга и Паули об *unus mundus* и воплотившись в планетарных масштабах ноосферы Вернадского, эта концепция прошла через период спорных парапсихологических экспериментов советской школы, которые сегодня имеют преимущественно историческое значение [Zabriskie, 2001; Вернадский, 1991; Maire, LaMothe, 1975, www]. Преодолевая скепсис, в XXI веке идея поля стала находить выражение в форме биофизических теорий. Как показывает наше исследование, исторический путь становления полевых моделей опирается на четыре этапа:

1. Философский базис (попытки преодоления классического картезианского дуализма и разделения на материю и дух через концепции психоида и *unus mundus*);

2. Планетарно-энергетический аспект (идеи Вернадского о том, что когнитивная деятельность — это сила, способная трансформировать материальный облик планеты);
3. Первые эмпирические данные (историческое накопление сообщений об аномалиях и пространственно-временной синхронизации, заставлявшее искать среду взаимодействия за рамками химических синапсов);
4. Биофизический этап (формулирование гипотез о молекулярных и квантовых механизмах связи полей с клеточными структурами, таких как эфептическая модуляция через HCN2-каналы или защита кубитов в молекулах Познера).

На сегодняшний день полевые парадигмы — от макроскопической электромагнитной теории СЕМІ до квантово-резонансных моделей на базе QED — предлагают одни из наиболее любопытных и математически прорабатываемых подходов к решению «проблемы связывания». Они выдвигают предположение, что непрерывность нашего феноменального опыта может опираться на реальную физическую непрерывность энергетического поля. Более того, обсуждение смены парадигмы имеет значение для разработки сильного искусственного интеллекта. Если исходить из предположения, что феноменальное осознание действительности требует наличия аналогового электромагнитного или квантового поля, это может указывать на серьезные ограничения сугубо цифровых нейросетей. Можно выдвинуть гипотезу о том, что для достижения машинами семантического понимания инженерам, возможно, придется обратить внимание на новые, гибридные полевые архитектуры, способные работать с волновой интерференцией. В глобальном смысле развитие полевых моделей предлагает взглянуть на человека не просто как на изолированный биологический механизм, а как на открытую резонансную структуру. Эти концепции допускают, что мы можем быть тонко настроены на вибрационные поля, являясь одновременно их продуктом и наблюдателем, пытающимся придать этому процессу смысл.

References

1. Анохин К. В. Когнитом: в поисках фундаментальной нейронаучной теории сознания / К. В. Анохин // Журнал высшей нервной деятельности. — 2021. — Т. 71, № 1. — С. 39–71. — DOI: 10.31857/S0044467721010032.
2. Ассаджиоли Р. Психосинтез. Принципы и техники / Р. Ассаджиоли. — Москва : ЭКСМО-Пресс, 2002. — 413 с. — (Психологическая коллекция). — ISBN 5-04-008944-9.

3. Бехтерев В. М. Внушение и его роль в общественной жизни / В. М. Бехтерев. — Санкт-Петербург : Ленинградское изд-во, 2009. — 285 с. — ISBN 978-5-9942-0316-3.
4. Бехтерев В. М. Об опытах над «мысленным» воздействием на поведение животных / В. М. Бехтерев // Вопросы изучения и воспитания личности. — Петроград, 1920. — Вып. 2.
5. Василевич С. В. Электреты и воздействие их электрического поля на регенерацию тканей организма человека (Обзор литературы) / С. В. Василевич, М. С. Моргунов // Medline.ru. — 2023. — Т. 24, ст. 82. — С. 1180–1206.
6. Васильев Л. Л. Таинственные явления человеческой психики / Л. Л. Васильев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Госполитиздат, 1963. — 168 с.
7. Васильев Л. Л. Экспериментальные исследования мысленного внушения / Л. Л. Васильев. — Ленинград : Изд-во ЛГУ, 1962. — 198 с.
8. Вернадский В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. — Москва : Айрис-пресс, 2012. — 576 с. — (Библиотека истории и культуры).
9. Вернадский В. И. Научная мысль как планетное явление / В. И. Вернадский ; отв. ред. А. Л. Яншин. — Москва : Наука, 1991. — 271 с.
10. Гроф С. За пределами мозга : рождение, смерть и трансценденция в психотерапии / С. Гроф ; пер. с англ. А. Андрианова [и др.]. — Москва : АСТ [и др.], 2001. — 497 с. — (Тексты трансперсональной психологии). — ISBN 5-17-011168-1.
11. Дуров В. Л. Дрессировка животных. Психологические наблюдения над животными, дрессированными по моему методу (40-летний опыт). Новое в зоопсихологии / В. Л. Дуров. — Москва : Универсальное изд-во, 1924. — 505 с.
12. Каширин В. И. Философия планетарного самосознания. Идеи В. И. Вернадского и современная теория циклов / В. И. Каширин // Циклические процессы в природе и обществе. — Ставрополь : Изд-во Ставропольск. ун-та, 1994. — Вып. 2. — С. 97–101.
13. Кулин Е. Т. Биоэлектретный эффект / Е. Т. Кулин. — Минск : Наука и техника, 1980. — 215 с.
14. Кулин Е. Т. Электромагнитное поле человека и его роль в жизнедеятельности организма / Е. Т. Кулин // Медицинские новости. — 1996. — № 10. — С. 34–43.
15. Левин К. Теория поля в социальных науках : монография / К. Левин ; пер. с англ. Е. А. Сурпиной. — 2-е изд. — Москва : Академический проект, 2023. — 343 с. — (Психологические технологии : социальная психология). — ISBN 978-5-8291-4174-5.

16. Маслоу А. Г. Психология бытия / А. Г. Маслоу ; пер. с англ. А. П. Хомика. — Москва : Академический проект, 2022. — 274 с. — (Психологические технологии : социальная психология). — ISBN 978-5-8291-3929-2.
17. Нефедов Е. И. Электромагнитная основа в концепции единого информационного поля ноосферы / Е. И. Нефедов, А. А. Яшин // Философские исследования. — 1997. — № 1. — С. 5–74.
18. Патент № 2309457 С1 Российская Федерация, МПК G06N 3/06 (2006.01), G06G 7/60 (2006.01). Модель нейронной сети : № 2006115706/09 : заявл. 06.05.2006 : опубл. 27.10.2007 / К. Н. Шевченко, Н. В. Шевченко, Б. В. Шульгин ; заявитель Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский государственный технический университет — УПИ». — 7 с.
19. Паули В. Труды по квантовой теории : перевод / В. Паули ; под ред. Я. А. Смородинского. — Москва : Наука, 1975. — 688 с.
20. Уилбер К. Краткая история всего / К. Уилбер ; пер. с англ. С. В. Зубкова. — Москва : АСТ : Астрель, 2009. — 476 с. — (Philosophy). — ISBN 978-5-17-062032-6.
21. Юнг К. Г. Архетипы и коллективное бессознательное / К. Г. Юнг ; пер. А. Чечиной. — Москва : АСТ, 2019. — 495 с. — (Философия — Neoclassic). — ISBN 978-5-17-108753-1.
22. Юнг К. Г. Синхрония: аказуальный объединяющий принцип : Синхрония : сборник статей / К. Г. Юнг ; пер. с англ. и нем. Г. А. Бутузова, С. Л. Удовика, О. О. Чистякова. — Москва : АСТ, 2009. — 347 с. — (Philosophy). — ISBN 978-5-17-060628-3.
23. Яшин А. А. Феномены человека и развертывание ноосферы (К 115-летию со дня рождения Мари-Жозефа Пьера Тейяра де Шардена) / А. А. Яшин // Вестник новых медицинских технологий. — 1996. — Т. 3, № 4. — С. 124–127.
24. Beyond synchronicity: The worldview of Carl Gustav Jung and Wolfgang Pauli // Journal of Analytical Psychology. — 2004. — Vol. 49, no. 5. — P. 707–728. — DOI: 10.1111/j.0021-8774.2004.00496.x.
25. Bhatt S. S. GlymphoVasomotor Field (GVF) theory: a non-neuronal scaffolding for brain rhythms and consciousness / S. S. Bhatt, O. Sbaih, S. Habermann [et al.] // Medical Hypotheses. — 2025. — Vol. 203. — Art. 111763. — DOI: 10.1016/j.mehy.2025.111763.
26. Fisher M. P. A. Quantum Cognition: The possibility of processing with nuclear spins in the brain / M. P. A. Fisher // Annals of Physics. — 2015. — Vol. 362. — P. 593–602. — DOI: 10.1016/j.aop.2015.08.020.
27. Hameroff S. Consciousness in the universe: A review of the 'Orch OR' theory / S. Hameroff, R. Penrose // Physics of Life Reviews. — 2014. — Vol. 11, no. 1. — P. 39–78. — DOI: 10.1016/j.plrev.2013.08.002.

28. Keppler J. Scrutinizing the feasibility of macroscopic quantum coherence in the brain: A field-theoretical model of cortical dynamics / J. Keppler // *Frontiers in Physics*. — 2023. — Vol. 11. — Art. 1181416. — DOI: 10.3389/fphy.2023.1181416.
29. Maire L. F. III. Soviet and Czechoslovakian Parapsychology Research. Report DST-1810S-387-75 / L. F. III Maire, J. D. LaMothe. — Washington : Defense Intelligence Agency, 1975. — 71 p. — Текст : электронный. — URL: https://ia600504.us.archive.org/17/items/CIA-RDP96-00792R000600350001-3/CIA-RDP96-00792R000600350001-3_text.pdf (дата обращения: 23.02.2026).
30. McFadden J. Computing with electromagnetic fields rather than binary digits: a route towards artificial general intelligence and conscious AI / J. McFadden // *Frontiers in Systems Neuroscience*. — 2025. — Vol. 19. — Art. 1599406. — DOI: 10.3389/fnsys.2025.1599406. — Текст : электронный. — URL: <https://www.frontiersin.org/journals/systems-neuroscience/articles/10.3389/fnsys.2025.1599406/full> (дата обращения: 26.02.2026).
31. McFadden J. Integrating information in the brain's EM field: the cemi field theory of consciousness / J. McFadden // *Neuroscience of Consciousness*. — 2020. — Vol. 2020, no. 1. — Art. niaa016. — DOI: 10.1093/nc/niaa016.
32. McFadden J. The CEMI Field Theory: Closing the loop / J. McFadden // *Journal of Consciousness Studies*. — 2013. — Vol. 20, no. 1–2. — P. 153–168. 33. McFadden J. The Electromagnetic Will / J. McFadden // *NeuroSci*. — 2021. — Vol. 2, iss. 3. — P. 291–304. — DOI: 10.3390/neurosci2030021. — Текст : электронный. — URL: <https://www.mdpi.com/2673-4087/2/3/21> (дата обращения: 23.02.2026).
33. Zabriskie B. Jung and Pauli: A Meeting of Rare Minds / B. Zabriskie // *Jung and Pauli: A Subtle Asymmetry*. — Princeton : Princeton University Press, 2001. — P. xxvii–xxxvi.

SOCIAL WORK AND SOCIAL POLICY

UDC 373.24

Ilyasova E.E. Problems of positive socialization of preschoolers in modern pedagogical science

Проблемы позитивной социализации дошкольников в современной педагогической науке

Ilyasova Ekaterina Elizarovna,

postgraduate student at the Academy of Psychology and Pedagogy,
Southern Federal University, Russian Federation, Rostov-on-Don

Илясова Екатерина Елизаровна,
аспирант Академии психологии и педагогики,
Южный федеральный университет, Российская Федерация,
Ростов-на-Дону

Abstract. *This article examines various concepts of preschool-age children's socialization that have emerged in pedagogical science. These concepts are presented, within the context of a systemic-activity approach, the social context of development, and the sociocultural paradigm of education. This approach reveals the value-based content of the socialization process. An analysis of the research allowed us to define the concept of "socialization." In today's world, intensive economic development and social transformation require the development of not only children's creative abilities, but also social skills that enable the successful realization of a child's creative potential. This requires a rethinking of the principles and technologies of positive socialization of children, starting from preschool age.*

Keywords: socialization, positive socialization, pedagogical concepts, pedagogical conditions

Аннотация. В статье рассматриваются разные концепции социализации детей дошкольного возраста, сложившиеся в педагогической науке, которые выполнены в контексте системно-деятельностного подхода, социальной ситуации развития и в социокультурной парадигме образования, раскрывающая ценностные контенты процесса социализации. Анализ исследований позволил определить феномен понятия «социализация». В современном мире интенсивное развитие экономики и социальные трансформации требуют развитие не только творческих способностей детей, но и социально-коммуникативных навыков.

Ключевые слова: социализация, позитивная социализация, педагогические концепции, педагогические условия

Рецензент: Кузьменко Наталья Ивановна, к.п.н., доцент ВАК.
ГБПОУ "Магнитогорский педагогический колледж"

Анализ исследований подтвердил значимость проблемы приобщения детей дошкольного возраста к социальному миру и обеспечение педагогической поддержки в процессе социализации. Как отмечал Л. С.Выготский, детство – это сензитивный период развития личности, обладающей эмоциональной памятью, который определяет судьбу человека [6]. Значимость процесса социализации подрастающего поколения ориентирована на подготовку ребёнка к жизни в социуме и реализации себя в одной из

отраслей развития экономики, производства, что требует от человека ряда социальных и нравственных качеств. Как точно подчеркнула Д. А. Воробьева: «Любое производство предъявляет к человеку ряд специфических требований, вытекающих из основной целевой функции данного производства. Это – и особые требования к способностям и активности, к здоровью и социальным качествам, определяющим производительность труда и эффективность производства, к коммуникативным и нравственным качествам, к поведению на производстве и в семейно-бытовой сфере и т.д. В зависимости от наличия этих качеств и их структуры различен и вклад того или иного работника в результирующие показатели производственной деятельности. Он может удовлетворять, а может и не удовлетворять текущие и перспективные потребности своего производства, являясь в последнем случае, вольно или невольно, тормозом экономического прогресса» [1, с. 71]. Л. Ю. Комлик, И. В. Фаустова, И.Ю. Филатова, Н. А. Гнездилова, подчеркивают значимость игровой деятельности в процессе социализации [10, с. 2]. «Социализацию» авторы понимают, как совместный процесс присвоения социальных норм и правил [10, с.2]. Понятие социализации в различных науках понимаются по-разному: в философии социализация – это передачи обществом ценностей и норм будущему поколению [15]; в психологии социализация определяется как процесс общения в коллективе, где передаются идеи, убеждения, ценности коллектива [4]; в педагогике социализация – это процесс взросления на основе присвоения культурных норм и социальных ролей, условия для включения ребенка в активные общественные действия [17].

Задача педагога состоит в том, чтобы адекватно понимать социальные трансформации и проектировать эффективно процесс социализации в дошкольной образовательной с учётом тенденций социально-экономических и культурных особенностей развития общества.

Адаптационный подход позволяет осознать процесс социализации, по мнению Е. М. Николаевой, как «процесс вхождения его в мир конкретных социальных связей и интеграции личности в различные типы социальных общностей через культуру, ценности и нормы, на основе которых формируются социально значимые черты личности» [16]. В раннем возрасте механизмом позитивной социализации является подражание способам взаимодействия в семье, в детском сообществе, социуме. Родители выступают носителями моделями позитивного социального поведения, социальных навыков, социального опыта. Задача педагогов обеспечить социальное сотрудничество и «взаимодействие» в триаде «педагог-дети-родители», общение «на равных».

Социум выступает как один из значимых условий социализации детей и подростка. Д. А. Воробьева, В. А. Зубков отмечают в своих работах, что эффективность социального мероприятия в сельской местности не несет непосредственную экономическую выгоду, но оказывает влияние на уровень условий труда, на нравственное и духовное развитие и т.п. [5; 7].

Ю. В. Лукашин, Т. Н. Черняева подчеркивают – значимость процесса социализации в глобальном аспекте, как для отдельного человека, личности, так и для общества в целом [12]. Авторы рассматриваются социализацию «через призму приобщения старшим поколением последующего к нормам, ценностям, традициям, культуре конкретного общества, через усвоение уже накопленного социумом опыта, с одной стороны, с другой – через его активное воспроизводство, изменение (+/–) и формирование на этой основе собственного социального и личностного опыта» [12, с.112]. Эти данные раскрывают возможности для активного включения детей в социально-производственные виды деятельности, тем самым это позволит преодолеть те проблемы социализации, которые возникли в период пандемии. Ю. В. Лукашин, Т. Н. Черняева изучили риски социализации в период пандемии, последствия которого требуют преодоления в образовательных организациях. Среди них названы: «семейно-квартирная социализация как процесса усвоения и трансляции ребенком ролей, образцов поведения, норм и ценностей, значимых для всех членов его семьи», «эмоционально-тактильный «голод», «активизация киберпространства как платформы социализации», «виртуальная компьютерная социализация как коммуникация с виртуальными агентами социализации», «киберсоциализация вкупе с семейной социализацией сопровождалась погружением в ситуацию рискогенности», «сфера общения подверглась «удару» вследствие самоизоляции» и др. Однако, виртуальное пространство создало оптимальные условия для развития сетевого социального взаимодействия как фактора социализации детей, введение искусственных барьеров для реального общения.

В ряде зарубежных исследованиях отмечено, что в современном социуме обесцениваются ценности коллективного существования. В одном социальном пространстве могут детьми восприниматься противоположные ценностные ориентиры [22; 23]. На наш взгляд, это выступает одним из рисков в процессе социализации детей. В исследованиях ряда ученых акцентируется внимание на необходимость выстраивания модели педагогического сопровождения детей [22]. Это утверждение подчеркивает актуальность и значимость исследования в поиске эффективных педагогических условий для обеспечения позитивной социализации детей старшего дошкольного возраста.

Позитивная социализация дошкольников в рамках гуманизации образования обуславливает иные принципы построения отношений с детьми, формы организации процесса социализации, факторы формирования позитивной социализации детей дошкольного возраста. В специально организованной деятельности дети получают знания о нормах социального поведения, осваивают опыт их применять, отрабатывают модели поведения. В развивающей предметно-пространственной среде дошкольной образовательной среде дети приобретают социальные навыки - самостоятельности, ответственности, коммуникации и др. Потенциальные возможности позитивной социализации дошкольников заложены в разновозрастной среде, в которой ребенок присваивает разные социальные роли, учиться сопереживать, оказывать помощь, адекватно реагировать и т.п. Актуальным видом деятельности является проектная деятельность, в которой создаются оптимальные социальные ситуации для развития социальной культуры детей.

В. А. Баранова отмечает противоречивость процесса социализации в сельском социуме: «Во многих селах с неразвитой инфраструктурой позитивное влияние социально-педагогических и социально-психологических факторов социализации сельских школьников резко снижено при одновременном усилении негативного влияния на детей деструктивных тенденций в социуме, СМИ, семье, культуре, нравственности сельчан» [2, с. 125]. Исходя из обозначенных проблем социализации в сельском социуме, выделяются факторы социализации: интеграция сообществ в создании проектов, повышение нравственного уровня семьи, особое сопровождение и поддержка детей из семей группы риска [20 с. 125]. Необходимо учитывать традиции, общность, взаимопомощь при обеспечении процесса позитивной социализации детей. Автор предлагает формы противодействия негативным влияниям (зависть, пьянство, ссоры и др.) и СМИ на сельский социум, к которым автор относит волонтерскую деятельность и общественно значимые виды деятельности в сельской местности. В нашем исследовании таким видом деятельности выступает социальное партнерство.

Д. К. Охлопкова предлагает педагогические условия социализации детей в сельском социуме, которые понимает, как «субъектные предпосылки, способствующие успешной деятельности в конструировании взаимодействий субъектов» [17, с.43]. Автор уделяет внимание тому, что сельская образовательная организация призвана компенсировать недостатки сельского социума и искать инновационные технологии социализации. Д. К. Охлопкова разработала функциональную модель социализации детей в сельском социуме, в которой описаны направления, функции, принципы проектирования процесса социализации, условия, обеспечивающие эффективность социализации (организационно-педагогические, психолого-педагогические, учебно-

методические). В исследовании акценты сделаны на внутренние средства социализации детей, за пределами внимания остались вопросы взаимодействия дошкольной образовательной организации и социальных партнеров сельского социума.

Одним из факторов социализации выступает развивающая пространственно-предметная среда, но ее наличие в дошкольной образовательной организации не дает эффектов в позитивной социализации, если в ней отсутствует активная позиция взрослого, который транслирует культурные формы взаимоотношений в обществе и социальный опыт совместной деятельности и общения с другими людьми. Ее эффекты обеспечиваются тем, что путем подражания ребенок овладевает навыками коммуникации, социальными компетенциями и социальным опытом, которые являются составляющими процесса социализации. Особенно значима для освоения социальных компетенций проектная деятельность, в которой принимают участие дети, педагоги и родители, в процессе которой решаются задачи позитивной социализации.

В системе дошкольного образования, отмечает С. Г. Молчанов, все организованные виды деятельности необходимо подчинить позитивной социализации детей, ориентируясь на возрастные особенности, на отбор содержания социализации [14]. Дети, педагоги и родители должны понимать и формировать социальные компетенции у себя и детей, фиксируя мужские и женские качества. На основе позитивной социализации у детей воспитывается позиция – «Я» ответственный Гражданин страны [20].

ФГОС ДО и ФОП ДО выдвигают требования к формированию у детей умений быстро адаптироваться к новым социальным ситуациям. Позитивная социализация выступает предпосылкой для успешной учебной деятельности, т.к. обеспечивает формирование позитивного самоощущения, уважения к другим, сотрудничества, ответственности, эмпатии и социальных навыков.

Показателями позитивной социализации дошкольника выступают:

- эмоциональное благополучие, умения распознавать эмоциональные переживания людей, выражать собственные эмоции, навыки созидательной деятельности и достижения жизненного успеха;
- положительное отношение к окружающим людям, уважение и толерантность;
- способность слушать и слышать;
- социальные навыки детей;
- способность к саморазвитию.

На основе анализа понятий «позитивная социализация» определилось базовое понятия исследования «позитивная социализация ребенка дошкольного возраста, как социальный ресурс, позволяющий успешно адаптироваться и интегрироваться в

социуме на основе имеющихся представлений о социальных отношениях, нормах, правилах сельского социума, уважительного отношении к людям сельского труда, чувства принадлежности к своей семье, к истории и культуре сельского поселения, социально-коммуникативных навыков взаимодействия ребенка со сверстниками и взрослыми».

Анализ исследований высветил направления деятельности по позитивной социализации детей дошкольного возраста.

1. Актуализация нравственного, гражданского, патриотического, правового направлений, обеспечивающих формирование гуманных представлений о дружбе, доброте, честности, справедливости как основы позитивной социализации.

2. Учет принципов личностно-развивающего образования, обеспечивающего развитие познавательной активности и самостоятельности, развитие способностей.

3. Процесс позитивной социализации проектируется с учетом принципа взаимодополнения образовательных областей.

Педагогический опыт сложился из нескольких концепций по социализации:

- одна выполнена в контексте системно-деятельностного подхода [С. А. Козлова [8];
- вторая в контексте социальной ситуации развития [Л. В. Коломийченко [9];
- третья – в контексте социокультурной парадигме образования, раскрывающая ценностные контенты процесса социализации, ценности и смыслы отношений людей в социуме (красота отношений в гармонии и достижении совместных целей на основе сотрудничества, смыслы милосердия в сохранении комфортных отношений и т.п.), где определена значимость данного процесса в открытии перед ребёнком смысла своего места в социуме и сопричастности к сообществу [3; 18].

Таким образом, процесс позитивной социализации дошкольников направлен на формирование социальных компетенций и базовых нравственно-волевых качеств личности ребенка, социальной культуры и социальной адаптации; вводит ребенка во мир взрослой жизни. Социальная ситуация и социально-значимые виды деятельности являются источником позитивной социализации детей дошкольного возраста, формирования опыта культуры общения ребенка со взрослыми, сверстниками, создавая различные сообщества. Процесс позитивной социализация длительный и многоплановый, в котором ребенок приобретает социальный опыт, осваивает социальные роли и позиции, социальные компетенции и социальную культуру. Факторами позитивной социализации выступают: институты социализации, содержание и формы социализации ребенка, модели поведения взрослых, культурные ценности. На взрослых возлагается особая миссия - ответственность по воспитанию и социализации

подростающего поколения, по созданию эффективных условий позитивной социализации детей.

References

1. Авво Б. В. Социальное партнерство в условиях профильного обучения: учебно-методическое пособие для администрации и учителей общеобразовательных учреждений / Под ред. А. П. Тряпицыной. — Санкт-Петербург: КАРО, 2005. — 96 с.
2. Баранова В. А. Социально-психологические факторы социализации личности в условиях сельского социума // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. — 2010. — Т. 16. — С. 125-128.
3. Бобылев В. Г., Медова Ю. В. Воспитательные возможности современного сельского социума // Инновационные проекты и программы в образовании. — 2010. — № 6. — С. 51-53.
4. Бодалев А. А. Личность и общение. — Москва, 1983. — 272 с.
5. Воробьева Д. А. Аспект человеческого капитала в сельском социуме // НОМОТНЕТІКА: Філософія. Соціологія. Право. — 2008. — № 12 (52), т. 5. — С. 68-71.
6. Выготский Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. / под ред. А. М. Матюшкина. — Москва: Педагогика, 1983. — Т. 3: Проблемы развития психики. — 368 с.
7. Зубков В. А. Человек и агропромышленная интеграция (проблемы и перспективы развития). — Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1991. — 181 с.
8. Козлова С. А. Теория и методика ознакомления дошкольников с социальной действительностью: учебное пособие для студентов средних педагогических учебных заведений. — Москва: Академия, 1998. — 160 с.
9. Коломийченко Л. В. Концепция и программа социального развития детей дошкольного возраста // Детский сад от А до Я. — 2004. — № 5. — С. 8-28.
10. Комлик Л. Ю., Фаустова И. В., Филатова И. Ю., Гнездилова Н. А. Взаимодействие старших дошкольников в сюжетно-ролевой игре как фактор их социального развития // Colloquium-journal. — 2020. — № 16 (68). — С. 7-10.
11. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность: учебное пособие. — Москва — 2004. — 352 с.
12. Лукашин Ю. В., Черняева Т. Н. Риски социализации детей и подростков в условиях вынужденной самоизоляции (в период пандемии коронавируса) // Общество: социология, психология, педагогика. — 2021. — № 9. — С. 111-118. — DOI: 10.24158/spp.2021.9.18.

13. Мкртчян М. А. Методологические вопросы педагогических исследований и практических построений // Методологические и теоретические подходы к решению проблем практики образования. Сборник статей. — Красноярск. — 2003. — С. 99-110.
14. Молчанов С. Г. Методики отбора содержания социализации (ОСС-ДОУ) и оценивания социализованности мальчиков и девочек (ОС-ДОУ) в дошкольном образовательном учреждении. — Челябинск, 2012. — 60 с.
15. Неретина С. С. Социальная философия. — Москва: Владос, 1996. — 195 с.
16. Николаева Е. М. Социализация личности как проблема социальной синергетики: автореферат диссертации ... доктора философских наук: 09.00.11. — Казань, 2006. — 52 с.
17. Охлопкова Д. К. Функциональная модель социализации школьников в сельском социуме // Наука и образование. — 2010. — № 3. — С. 42-45.
18. Ребенок в мире культуры / под ред. Р. М. Чумичевой. — Ставрополь: Ставропольсервисшкола, 1998. — 558 с.
19. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. — Санкт-Петербург: Питер, 2000. — 712 с.
20. Садовникова Т. С. Формирование позитивной социализованности детей старшего дошкольного возраста // Челябинский гуманитарий. — 2015. — № 2 (31). — С. 151-155.
21. Терещенко В. В. Горизонты взросления растущего ребенка: парадоксы и перспективы исследования // Вестник Мининского университета. — 2023. — Т. 11, № 1. — С. 8. — DOI: 10.26795/2307-1281-2023-11-1-8.
22. Shanahan M. J. Pathways to adulthood in changing societies: variability and mechanisms in life course perspective // Annual Review of Sociology. — 2000. — Vol. 26. — P. 667-692. — DOI: 10.1146/annurev.soc.26.1.667.
23. Skulborstad H. M., Galanaki E. P., Sideridis G. Dimensions of emerging adulthood, criteria for adulthood, and identity development in Greek studying youth: a person-centered approach // Emerging Adulthood. — 2019. — Vol. 7, No. 6. — P. 411-431. — DOI: 10.1177/2167696817750846.

CONCLUSION

The materials in International Journal of Professional Science, No. 7(1), demonstrate the diversity of scientific approaches to the study of contemporary social, cultural, educational, legal, economic, and psychological processes. This issue confirms that the development of professional science today requires interdisciplinary analysis, consideration of digital transformation, changing communication practices, and the growing role of the humanities in solving applied problems.

The publications included in this issue demonstrate the importance of cultural heritage and philosophical reflection, the need to improve management and marketing strategies, the significance of updating educational models, the relevance of legal regulation of the digital environment, and the demand for psychological assistance that considers the value, physical, and personal aspects of human experience. The issue devotes special attention to issues of trust—in business, education, law, media, and social practice—making this topic one of the unifying themes of this issue.

The research presented has both theoretical and practical significance. They may be useful to teachers, researchers, and specialists in culture, economics, management, education, law, journalism, psychology, and social work. The authors offer not only an analysis of current issues but also directions for further study, as well as potential solutions for professional practice.

The editors express their gratitude to the authors for their insightful research and contribution to the development of scientific dialogue. We hope that the published materials will be in demand by the scientific and professional communities, will serve as a basis for further research, and will contribute to the development of effective approaches to addressing the pressing challenges of modern society.

With best wishes and warm regards,
Editor-in-Chief
International Journal of Professional Science
Krasnova N.A.

Electronic scientific editions

International journal of Professional Science

international scientific journal
№7(1)/2026

Please address for questions and comments for publication as well as suggestions
for cooperation to e-mail address mail@scipro.ru



Format 60x84/16. Conventional printed
sheets 14.9
Circulation 100 copies
Scientific public organization
“Professional science”