

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА  
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»



# ЛУЧШАЯ НАУЧНАЯ РАБОТА 2024

СБОРНИК СТАТЕЙ XVI МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО КОНКУРСА,  
СОСТОЯВШЕГОСЯ 20 СЕНТЯБРЯ 2024 Г. В Г. ПЕНЗА

ПЕНЗА  
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»  
2024

УДК 001.1  
ББК 60  
Л87

Ответственный редактор:  
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Л87

**ЛУЧШАЯ НАУЧНАЯ РАБОТА 2024:** сборник статей XVI Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – 28 с.

ISBN 978-5-00236-513-5

Настоящий сборник составлен по материалам XVI Международного научно-исследовательского конкурса «**ЛУЧШАЯ НАУЧНАЯ РАБОТА 2024**», состоявшегося 20 сентября 2024 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1  
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024  
© Коллектив авторов, 2024

ISBN 978-5-00236-513-5

### Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

### *Состав редакционной коллегии и организационного комитета:*

**Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор  
**Ананченко Игорь Викторович** – кандидат технических наук, доцент  
**Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор  
**Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент  
**Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор  
**Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук  
**Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор  
**Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент  
**Васильев Сергей Иванович** – кандидат технических наук, профессор  
**Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент  
**Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Давлетшин Рашит Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Иванова Ирина Викторовна** – кандидат психологических наук  
**Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент  
**Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент  
**Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент  
**Казданиян Сусанна Шалвовна** – кандидат психологических наук, доцент  
**Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук

**Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор  
**Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, профессор  
**Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор  
**Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор  
**Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор  
**Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук  
**Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент  
**Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор  
**Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент  
**Орбец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор  
**Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент  
**Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент  
**Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор  
**Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент  
**Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор  
**Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор  
**Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент  
**Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор  
**Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	5
МАРКЕТИНГОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ПАРАДИЗ ДЕНТАЛЬ» ТАЙБАРЕЙ АНАСТАСИЯ АНАТОЛЬЕВНА.....	6
<b>ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	11
ФУНКЦИЯ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ КОДОВ В ТРАНСФОРМАЦИИ МИМЕТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ СЕМЕЙНОЙ САГИ БЛАЖКОВСКИЙ РУСЛАН ВИКТОРОВИЧ.....	12
<b>ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	17
INTERACTIVE TECHNOLOGIES: CHATBOTS IN TEACHING ENGLISH PENKOV BORIS VICTOR, KOZHINA IRINA VICTOR, PАРKOVA TATYANA EUGENE, SEDYKH ELENA VICTOR.....	18
<b>ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ</b> .....	23
ВЛИЯНИЕ «ЧЕРНОГО PR» НА РЕПУТАЦИЮ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЯТКИНА АЛИСА ВЛАДИМИРОВНА, СОКОЛОВА ВЛАДИСЛАВА НИКОЛАЕВНА .....	24

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.138

# МАРКЕТИНГОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ООО «ПАРАДИЗ ДЕНТАЛЬ»

**ТАЙБАРЕЙ АНАСТАСИЯ АНАТОЛЬЕВНА**

магистрант 2 курса направления подготовки  
32.04.01 Общественное здравоохранение  
ФГБОУ ВО «Северный государственный медицинский университет»

*Научный руководитель: Худякова Оксана Николаевна,  
канд. филол. наук, доцент кафедры экономики и управления  
ФГБОУ ВО «Северный государственный медицинский университет»*

**Аннотация:** В статье рассмотрена маркетинговая характеристика стоматологической клиники ООО «Парадиз Денталь». Основная цель статьи заключается в разработке предложений по совершенствованию маркетинговых подходов продвижения стоматологических услуг клиники, для привлечения новых клиентов и увеличения уровня удовлетворенности существующих. Результаты работы могут быть полезны и для других стоматологических организаций, стремящихся оптимизировать свои маркетинговые практики.

**Ключевые слова:** стоматологическая клиника, маркетинговая характеристика, продвижение услуг, социальные сети, отзывы клиентов.

## MARKETING CHARACTERISTICS OF THE ORGANIZATION PARADISE DENTAL LLC

**Taibarei Anastasia Anatolyevna***Scientific supervisor: Oksana Nikolaevna Khudyakova*

**Abstract:** The article considers the marketing characteristics of the dental clinic of Paradise Dental LLC. The main purpose of the article is to develop proposals to improve marketing approaches to promote dental services of the clinic, to attract new customers and increase the level of satisfaction of existing ones. The results of the work can be useful for other dental organizations seeking to optimize their marketing practices.

**Keywords:** dental clinic, marketing characteristics, promotion of services, social networks, customer reviews.

Частные стоматологические клиники, в отличие от государственных учреждений, предлагают индивидуальный подход к каждому пациенту и широкий спектр стоматологических услуг, таких как диагностика, профилактика и лечение. Влияние тренда ЗОЖ на современное общество оказало значительное влияние на людей, с точки зрения заботы о себе и своем здоровье, в том числе, здоровье полости рта.

Актуальность данной темы обусловлена ростом количества частных стоматологических клиник, поэтому стоит рассмотреть влияние маркетинговой характеристики организации на привлечение новых клиентов и удержание действующих на примере ООО «Парадиз Денталь».

Цель исследования заключается в разработке предложений по совершенствованию маркетинговых подходов продвижения стоматологических услуг клиники «Парадиз Денталь».

Миссией организации является создание лучшей медицинской клиники для сохранения стоматологического здоровья, красоты и полноценного долголетия пациентов. Для ее реализации команда

специалистов клиники придерживается следующих принципов:

- строим долгосрочные отношения с нашими пациентами, основанные на принципах честности и ответственности;
- реализуем комплексный подход к стоматологическому здоровью пациента, базирующийся на командной работе специалистов разных направлений;
- применяем точную и всестороннюю диагностику, которая позволяет выявить и своевременно исправить малейшие риски отклонений в состоянии стоматологического здоровья;
- осуществляем профилактику вовремя – для предотвращения заболеваний и сохранения здоровья пациентов на долгие годы [1].

Стоматологическая клиника предлагает полный спектр стоматологических услуг, представим оказываемые услуги в таблице 1.

Таблица 1

### Услуги клиники семейной стоматологии «Парадиз Денталь»

Наименование	Описание
Терапевтическая стоматология	Лечение зубов с заболеваниями различной сложности
Имплантация	Установка имплантов с применением хирургических шаблонов
Ортопедическая стоматология	Протезирование зубов
Ортодонтическое лечение	Исправление прикуса с помощью брекет-систем, элайнеров и ортодонтических аппаратов
Пародонтология	Лечение заболеваний десен
Хирургическое лечение	Хирургическое вмешательство с минимальным повреждением окружающих тканей
Детская стоматология	Лечение зубов с адаптацией к приему, без сверления и с применением седации
Профессиональная гигиена полости рта	Профессиональная чистка зубов
Эстетическая стоматология	Отбеливание зубов современными системами ZOOM 4

Услуги, предоставляемые клиникой, ориентированы на удовлетворение спроса населения, способного пользоваться услугами на коммерческой основе. В связи с большим количеством клиник-конкурентов существует острая потребность в постоянном совершенствовании, с этой целью руководству стоматологии необходимо изучать внешнюю и внутреннюю среду[2]. Для решения задач по выявлению угроз и возможностей внешней и внутренней среды используется метод SWOT. В ходе SWOT-анализа удается установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации, внешними угрозами и возможностями.

Методология SWOT является основой стратегического планирования клиники, представляет собой элемент системы маркетинговых исследований для выявления сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей (таблица 2). Сила – это те факторы, которые обеспечивают устойчивое положение и конкурентные преимущества на рынке. Слабость – факторы, на которые стоит обратить внимание с целью устранить или модифицировать. Возможности определяются как некие события на рынке, на которые компания не имеет прямого влияния, но они могут положительно сказаться на ее развитии. Угрозы – это неблагоприятные события во вне, на которые компания повлиять не может и которые могут ущерб организации.

Задачи SWOT-анализа заключаются в выявлении сильных и слабых сторон клиники, сравнении с конкурентами, выявлении перспектив и угроз со стороны внешней среды, представлении основных направлений развития компании [3].

Таблица 2

## SWOT-анализ ООО «Парадиз Денталь»

Сильные стороны (strengths)	Слабые стороны (weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Наличие оборудование экспертного уровня;</li> <li>– зуботехническая лаборатория и CAD/CAM центр;</li> <li>– наличие высококвалифицированного персонала;</li> <li>– полный спектр стоматологических услуг;</li> <li>– удобный график работы для потребителей медицинских услуг;</li> <li>– удобное расположение.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Значительные затраты на закуп современного медицинского оборудования и материалов;</li> <li>– значительные затраты на удержание высококвалифицированных специалистов;</li> <li>– высокая стоимость услуг.</li> </ul>
Возможности (opportunities)	Угрозы (threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Стабильно высокий спрос на качественные платные медицинские услуги;</li> <li>– рост объемов медицинских услуг по ДМС;</li> <li>– сокращение медицинских услуг в рамках ОМС в государственных медицинских организациях;</li> <li>– государственные льготы: сокращение налогов на медицинский бизнес, программы участия в государственно- частном партнерстве.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рост числа государственных и частных медицинских учреждений и увеличение конкуренции на медицинском рынке;</li> <li>– введение новых регламентирующих законов на частную деятельность со стороны государства;</li> <li>– рост цен на медицинское оборудование и материалы;</li> <li>– снижение доходов населения.</li> </ul>

Проведенный нами анализ ООО «Парадиз Денталь» позволяет сделать следующие выводы:

- сильные стороны клиники включают в себя наличие высококвалифицированной команды специалистов, собственной зуботехнической лаборатории, оборудование экспертного уровня;
- среди слабых сторон стоит отметить высокую стоимость услуг. В условиях увеличивающейся конкуренции рекомендуется разработать стратегию по удержанию клиентов путем введения скидок/акций. С целью удержания специалистов рекомендуется поддерживать здоровую атмосферу внутри коллектива, проводить командообразующие мероприятия.
- возможности клиники довольно оптимистичны и вполне реализуемы на практике. Следует развивать государственно-частное партнерство с целью получения поддержки со стороны государства и налоговых льгот. Спрос на качественные стоматологические услуги, рост объемов услуг, входящих в перечень ДМС, сокращение услуг в государственных медицинских организациях, входящих в рамки ОМС, это те факторы, на которые организация не способна оказывать прямого воздействия, но в настоящих реалиях они положительно сказываются на деятельности частных стоматологических клиник.
- выявленные угрозы требуют от стоматологии постоянного отслеживания изменений в регламентирующих законах и создания стратегии по адаптации к новым условиям, быть в курсе деятельности конкурентов, с целью оставаться клиникой первого выбора для большинства пациентов, иметь гибкую систему оплаты услуг в связи со снижением доходов населения.

Еще одним инструментом долгосрочного планирования, осуществляемого с учетом многочисленных факторов влияния окружающей среды является PEST-анализ, который позволяет выявить, какие факторы могут оказать влияние на организацию в будущем, будут ли услуги организации пользоваться стабильным спросом.

Один из способов проведения PEST-анализа это определить факторы, которые влияют на бизнес и оценить их влияние с точки зрения возможностей и угроз. Для этого используют 4 параметра, каждый из которых соответствует 1 баллу. Используем таблицу 3 для оценки угроз и возможностей в макросреде [4].



Таблица 3

## Параметры влияния факторов с точки зрения возможностей и угроз

Макросреда. Оценка возможностей.		
Критерий	Описание	Влияние
C - complementary	Помогает достичь цели	+1
L - large	Сильно влияет на достижение цели	+1
A - accessible	Доступен	+1
L - lasting	Длится долго	+1
Макросреда. Оценка угроз.		
Критерий	Описание	Влияние
U - unmitigated	Абсолютный, но смягчаемый	-1
S - significant	Значительный	-1
U - undefended	Фактор, от которого можно защититься слабо или вообще нет защиты	-1
L - lasting	Длится долго	-1

Далее попробуем оценить факторы, оказывающие влияние на организацию, с помощью таблицы 3, хотя для проведения оценки путем PEST-анализа рекомендуем обращаться к экспертам, чтобы анализ не был субъективным. Представим результаты анализа путем составления сводной таблицы 4.

Таблица 4

## Сводная таблица PEST-анализа ООО «Парадиз Денталь»

Группа факторов	Описание	Влияние возможностей	Влияние угроз
Политические	Рост санкционного давления на Российскую Федерацию	+3	-2
Экономические	Снижение уровня доходов населения		-3
Социальные	Рост числа квалифицированных специалистов	+2	
Технологические	Развитие современного высокоэффективного медицинского оборудования	+4	-1

Согласно данным таблицы 4 видно, что наибольшее влияние на деятельность стоматологической клиники оказывают экономические и технологические факторы, причем экономические влияют отрицательно, а технологические оказывают благоприятное влияние.

Снижение уровня жизни населения приведет к снижению спроса на платные стоматологические услуги, а затем и к отсутствию прибыли в организации. В свою очередь, технологический фактор оказывает положительное влияние на деятельность клиники, а именно, повысит качество оказываемых услуг, упростит процесс лечения, но не стоит забывать, что это приведет к увеличению расходов на обучение персонала и росту затрат на обновление медицинского оборудования.

Таким образом, PEST-анализ позволяет проанализировать возможные риски в будущем, путем расклада и анализа событий во внешнем мире, влияющих на деятельность организации, разработать стратегию устойчивости и конкурентного преимущества.

Анализ конкурентов ведется постоянно и непрерывно, каждый из них имеет свои преимущества и недостатки: технику продаж, время нахождения на рынке, качество оказываемых услуг, внутренний и внешний имидж организации. Благодаря чему в клинике создана эффективная комплексная маркетинговая стратегия. В первую очередь, это продвижение услуг, здесь задействованы офлайн каналы: ре-

клама на местных СМИ, промо-акции (скидки на определенные услуги, бесплатные консультации), рекламное партнерство (соглашения с другими организациями о взаимной рекламе), а также онлайн каналы: SEO и контекстная реклама, Email-маркетинг, SMS-рассылки.

Во-вторых, это репутация клиники и брендинг. Она включает в себя использование логотипа, оранжевой цветовой гаммы и другого визуального контента для создания единого стиля во всех материалах. Кроме того, сотрудники клиники участвуют в интервью, публикуемых в местных журналах, в подкастах для повышения известности клиники.

В-третьих, это активное использование диджитал-маркетинг. Клиника использует социальные сети для публикации контента, который интересен целевой аудитории. Например, публикует обучающие видео и аудио-ролики, советы по уходу за зубами, отзывы клиентов. Постоянно работает над улучшением официального веб-сайта, к примеру, сейчас появилась возможность записи на прием на сайте, запущена процедура листов обратной связи.

Что касается формирования цен на услуги стоматологической клиники, «Парадиз Денталь» использует стратегию премиального ценообразования, иначе стратегию «снятия сливок» – установление цены продукции несколько более высокой, чем у конкурентов, при этом приемлемая для определенного сегмента рынка.

Клиника семейной стоматологии предлагает услуги премиального качества, ассоциирует услуги, как требующие специальных знаний и навыков, т.е. в клинике работает высококвалифицированный персонал, используются инновационные, передовые технологии. Однако стоит отметить, что в городе достаточное количество клиник, предоставляющих аналогичные услуги, поэтому на стратегию ценообразования влияет конкурентная обстановка, по этой причине стоимость некоторых услуг установлена на уровне ниже максимально существующих.

Маркетинговая характеристика «Парадиз Денталь» свидетельствует о том, что руководство клиники активно следит за своим положением на рынке, постоянно анализирует ситуацию с конкурентами, внедряет новые технологии и продвигает свои услуги в социальных сетях. Дополнительно, хотелось бы порекомендовать разработать комплексный подход к продвижению услуг через цифровые каналы, т.к. он не требует крупных финансовых вложений, но при этом эффективен. В первую очередь, это работа с официальным сайтом организации. Следует постоянно обновлять информацию, размещать действующие акции, новости и актуальный прейскурант, что поможет обеспечить прозрачность и доступность информации. На данное направление стоит обратить внимание, т.к. последнее обновление информации по проводимым акциям было в апреле 2023 г. Во-вторых, стоит уделить внимание обратной связи пациентов на геосервисах, клиенты часто основываются на отзывах при выборе стоматологии. В-третьих, необходимо проработать качество обслуживания, провести работу с немедицинским персоналом. Сегодня в условиях высокой конкурентной среды на рынке стоматологических услуг важно не только предоставлять качественные медицинские услуги, но и создать для клиента комфортную атмосферу и лучший клиентский сервис.

#### Список источников

1. Клиника семейной стоматологии «Парадиз Денталь» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://paradiz29.ru/about/> (11.09.2024)
2. ФНС России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://egrul.nalog.ru/index.html> (12.09.2024)
3. Рекламная платформа на базе BIG DATA МТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketolog.mts.ru/> (17.09.2024)
4. СКБ Контур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://kontur.ru/compass/spravkacompass/46189pestanaliz\\_chno\\_eto\\_kak\\_provesti\\_po\\_shagam\\_primery](https://kontur.ru/compass/spravkacompass/46189pestanaliz_chno_eto_kak_provesti_po_shagam_primery) (14.09.2024)

# ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 82.0

# ФУНКЦИЯ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ КОДОВ В ТРАНСФОРМАЦИИ МИМЕТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ СЕМЕЙНОЙ САГИ

**БЛАЖКОВСКИЙ РУСЛАН ВИКТОРОВИЧ**

аспирант

ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет»

**Научный руководитель: Шаповалова Ирина Владимировна**

к. филол. н., доцент

ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет»

**Аннотация:** в статье рассматривается роль интертекстуальных кодов в трансформации миметической структуры семейной саги. Анализируются теоретические подходы к интертекстуальности, предложенные Ю. Кристевой и М. Бахтиным, а также семиотическая функция интертекстуальных элементов в литературе. Особое внимание уделяется взаимодействию интертекстуальных и миметических структур в контексте постмодернистской поэтики. Исследование показывает, что интертекстуальные коды усложняют традиционное повествование семейных саг, размывая жанровые границы и создавая многослойные нарративы. Введение интертекста способствует ремифологизации семейных историй и созданию новых смыслов на пересечении реального и вымышленного.

**Ключевые слова:** интертекстуальные коды, миметизм, семейная сага, постмодернизм, ремифологизация, структура повествования, интертекстуальность.

## THE FUNCTION OF INTERTEXTUAL CODES IN THE TRANSFORMATION OF THE MIMETIC STRUCTURE OF THE FAMILY SAGA

**Blazhovskiy Ruslan Viktorovich***Scientific adviser: Shapovalova Irina Vladimirovna*

**Abstract:** The article examines the role of intertextual codes in transforming the mimetic structure of family sagas. Theoretical approaches to intertextuality, proposed by Julia Kristeva and Mikhail Bakhtin, and the semiotic function of intertextual elements in literature are analyzed. Special attention is paid to the interaction between intertextual and mimetic structures in the context of postmodern poetics. The research demonstrates that intertextual codes complicate the traditional narrative of family sagas, blurring genre boundaries and creating multilayered narratives. The introduction of intertextuality contributes to the remythologization of family stories and the creation of new meanings at the intersection of reality and fiction.

**Keywords:** intertextual codes, mimeticism, family saga, postmodernism, remythologization, narrative structure, intertextuality.

Вопрос интертекстуальности и её влияния на структуру литературных произведений является одной из ключевых тем в современной теории литературы. Интертекстуальные коды, играющие важ-

ную роль в создании смысловой многослойности текста, представляют собой не просто отсылки или аллюзии, но сложные системы знаков, которые меняют саму структуру произведения. Это особенно ярко проявляется в жанре семейной саги, где традиционная миметическая репрезентация семейных и социальных связей претерпевает значительные изменения под влиянием интертекстуальных взаимодействий. Семейная сага, будучи тесно связанной с историческим и культурным контекстом, отражает постоянное взаимодействие между реальностью и художественным вымыслом, что создаёт благоприятные условия для исследования взаимосвязи миметизма и интертекста.

На протяжении всей истории литературы семейная сага служила моделью для отображения семейных и социальных структур. Однако в произведениях модернизма и постмодернизма происходит активное включение интертекстуальных кодов, что влечёт за собой значительные трансформации миметической структуры текста. Использование этих кодов позволяет размывать границы между реальностью и художественным вымыслом, расширяя культурные и символические горизонты повествования. Настоящая статья посвящена исследованию того, каким образом интертекстуальные коды воздействуют на миметизм в семейной саге, и каким образом авторы используют различные литературные стратегии для создания более сложных и многослойных текстов.

### **Интертекстуальные коды и их семиотическая функция**

В литературоведении интертекстуальные коды рассматриваются как важнейшие компоненты текста, определяющие его многослойную структуру и создающие взаимосвязи с другими произведениями. Важную роль в развитии концепции интертекстуальности сыграли работы Ю. Кристевой и М. Бахтина, чьи теории стали основой для дальнейшего изучения интертекстуальных связей как феномена текстологии.

Юлия Кристева, опираясь на идеи М. Бахтина о диалогичности, предложила концепцию интертекста, где каждый текст формируется через взаимодействие и диалог с другими текстами. «Всякий текст — это ткань цитат, насыщенная следами других текстов, и осознание этого факта делает литературу более открытой к множественным интерпретациям» [1, с. 47]. В результате, текст становится полиморфной структурой, в которой смысловые связи возникают не только с реальностью, но и через систему культурных кодов, заимствованных из предыдущих текстов.

М. Бахтин развивал концепцию диалогичности, утверждая, что «текст не существует в изоляции, он всегда включён в широкий культурный контекст, вступая в диалог как с другими текстами, так и с различными формами культурных значений» [2, с. 109]. Это диалогическое начало присуще интертекстуальным кодам, которые обеспечивают постоянное взаимодействие текста с предыдущими и сопутствующими произведениями, усложняя его миметическую структуру.

Семиотическая интерпретация интертекстуальности рассматривает литературный код как систему знаков, связывающих произведение с культурными и историческими значениями. Литературный код может функционировать как набор символов, передающих смыслы через аллюзии, цитаты и реминисценции. «Литературный код является основным механизмом передачи культурных значений в тексте, преобразуя его в систему знаков, где каждый элемент может иметь множество значений, интерпретируемых в зависимости от культурного контекста» [3, с. 53].

Полиморфизм интертекстуальных кодов проявляется в том, что они варьируются от тонких аллюзий до глубоких культурных архетипов, составляющих часть коллективной памяти. Например, использование мифологических сюжетов в современной литературе создаёт мост между прошлым и настоящим, актуализируя древние темы в новых контекстах. Интертекстуальные коды выступают как инструмент создания многослойных текстов, где каждое новое произведение является продолжением и трансформацией предыдущих. Как отмечает Л. Левчук, «интертекстуальные коды обладают гибкостью, позволяя авторам варьировать их степень включённости, создавая уникальные возможности для обогащения повествования» [4 с. 142].

Функциональная роль интертекстуальных кодов в семейной саге заключается в их способности усложнять нарратив и размывать жанровые границы. Семейная сага, как жанр, традиционно строится на миметической репрезентации семейных и социальных связей. Однако внедрение интертекстуальных кодов изменяет структуру саги, добавляя новые культурные и символические значения. Как под-

чёркивает М. Лотман, «интертекстуальные коды функционируют не только как средство передачи культурных знаний, но и как механизм деконструкции миметической структуры, превращая её в культурный конструкт» [5, с. 56].

Интеграция интертекстуальных кодов в семейную сагу может варьироваться от прямых цитат до сложных аллюзий, что позволяет авторам создавать тексты с многослойным содержанием. Примером может служить использование мифологических мотивов в саге о семье Торнтонов, где автор активно обращается к греческим трагедиям для усиления драматизма отношений между героями. Эти интертекстуальные элементы помогают читателю воспринимать семейные конфликты как архетипические ситуации, отсылающие к мифологическим сюжетам.

Введение интертекстуальных кодов в структуру семейной саги также меняет её. Аллюзии на классические произведения создают дополнительный культурный слой, который трансформирует реалистическое повествование в многослойную интерпретацию. Ж. Деррида отмечает, что «интертекстуальные коды способствуют деконструкции традиционных повествовательных форм, открывая новые возможности для трансформации смысла» [6, с. 92].

Интертекстуальные отсылки также играют важную роль в размывании жанровых границ семейной саги. В постмодернистской литературе интертекстуальность используется как средство разрушения традиционных жанровых рамок. Например, в произведениях Т. Моррисон и У. Эко интертекстуальные элементы трансформируют семейную сагу в экспериментальный жанр, где пересекаются миф, история и литература. Как утверждает Т. Самойлова, «интертекстуальные отсылки позволяют авторам разрушать жанровые рамки семейной саги, создавая новые гибридные повествовательные формы» [3, с. 183].

Следовательно, интертекстуальные коды выполняют не только семиотическую, но и структурную функцию в семейных сагах, способствуя трансформации жанровых форм и обогащению миметической структуры. Эти коды создают возможности для сложных интерпретаций, внося в текст элементы культурной памяти и символики, расширяя его смысловое пространство.

#### **Трансформация миметической структуры в семейной саге**

Миметизм в литературе, начиная с античных времён и до современных постмодернистских подходов, остаётся одной из центральных тем литературной теории. Вопросы, связанные с репрезентацией реальности и воспроизведением мира через текст, особенно важны в жанре семейной саги, где взаимодействие вымысла и реальности усиливается благодаря специфике жанра. В этом контексте миметическая структура семейных саг подвергается значительным изменениям под воздействием интертекстуальных кодов.

Термин «мимесис» берёт начало в античной философии, где Аристотель в «Поэтике» определял его как подражание действительности в художественных произведениях. В античности мимесис понимался как способ воссоздания реального мира через искусство, что обеспечивало связь между произведением и реальностью. Однако в современной литературной теории понятие миметизма претерпело значительные изменения. Теоретики, такие как Т. Тодоров и Ж. Деррида, подчёркивают, что мимесис больше не является пассивным отражением реальности, а становится процессом её конструирования через текст. «Современный мимесис не воспроизводит реальность, а создаёт новую, где границы между действительным и воображаемым размыты» [7, с. 104].

Семейная сага традиционно основана на миметической репрезентации семейных и социальных структур. В классических произведениях Томаса Манна и Джона Голсуорси авторы стремились к точному изображению социальных и психологических черт героев, используя миметические приёмы. Семья в этих текстах рассматривалась как ключевая социальная единица, через которую отображались более широкие общественные процессы. Однако с появлением модернизма и постмодернизма структура семейной саги начала изменяться. В произведениях таких авторов, как Уильям Фолкнер и Габриэль Гарсиа Маркес, мимесис уступает место экспериментальным формам повествования. Фолкнер, например, использует фрагментированное повествование и множественные точки зрения, создавая многослойную картину семейной жизни, где реальность передаётся через субъективное восприятие героев. «Модернистская сага нарушает традиционные миметические структуры, предлагая читателю



множественные нарративные перспективы, ставящие под сомнение возможность объективной репрезентации» [8 с. 112].

Интертекстуальные коды играют ключевую роль в трансформации миметической структуры современной семейной саги. Они создают дополнительные смысловые уровни, которые взаимодействуют с традиционной репрезентацией семьи и общества. Использование интертекстуальных отсылок позволяет авторам создавать многослойные тексты, где события и персонажи интерпретируются через призму более широких культурных и литературных кодов. Например, мифологические мотивы углубляют символическое содержание текста и расширяют его миметические горизонты, связывая личное и универсальное. «Интертекстуальные коды разрушают иллюзию непосредственной репрезентации, создавая пространство для новых интерпретаций и культурных параллелей» [3, с. 203].

Аллюзивная структура – одна из ключевых моделей трансформации миметической структуры в семейной саге через интертекстуальные связи. В постмодернистских произведениях активно используются отсылки к мифам и древним легендам, что создаёт многослойные тексты, где семейные конфликты рассматриваются через символические коды. В произведениях Умберто Эко и Салмана Рушди мифологические архетипы становятся важной частью повествования, создавая параллели между современными и древними сюжетами. «Ремифологизация семейной истории через аллюзии позволяет авторам актуализировать древние мотивы в современных текстах, усложняя миметическую структуру» [9 с. 189].

Постмодернистская литература характеризуется активным взаимодействием миметической и интертекстуальной структур, что ведёт к созданию новых нарративных форм. В семейных сагах постмодернизма реальность становится многослойной конструкцией, где переплетаются вымысел и реальность, усиленные множеством интертекстуальных связей. Уильям Фолкнер в романе «Шум и ярость» использует фрагментарное повествование с многочисленными отсылками к Шекспиру, создавая сложный метатекст, где реальность интерпретируется через другие тексты. «Постмодернистская поэтика предполагает не только нарушение традиционной миметической репрезентации, но и её переработку с учётом новых культурных и литературных кодов» [10, с. 147].

Одним из центральных аспектов взаимодействия миметической и интертекстуальной структур является ролевое моделирование и использование множественных нарративов. В романе Габриэля Гарсиа Маркеса «Сто лет одиночества» семейная история Буэндиа разворачивается на фоне мифологического времени, соединяя исторические реалии и мифологические элементы. В этом контексте миметическая структура становится гибкой, открытой для множества интерпретаций. «Виртуозные наслаждения реальности и вымысла позволяют авторам создавать тексты, где мимесис существует на нескольких уровнях, размывая границы между реальным и воображаемым» [11, с. 239].

Итак, трансформация миметической структуры в семейной саге через интертекстуальные коды способствует созданию более сложных, многослойных текстов, где традиционные формы репрезентации размываются и преобразуются. Взаимодействие миметической и интертекстуальной структур позволяет авторам не только реконструировать семейные и социальные отношения, но и вводить в повествование новые символические и культурные значения.

Интертекстуальные коды оказывают значительное влияние на трансформацию миметической структуры семейной саги, формируя новые подходы к репрезентации как семейных, так и социальных отношений. Введение интертекстуальных элементов позволяет не только обогатить содержание повествования, но и изменить его жанровую и структурную природу. Семейная сага, изначально построенная на миметической репрезентации, благодаря интертексту превращается в многослойный текст, где взаимодействие культурных, литературных и исторических кодов расширяет смысловые границы произведения.

Использование интертекстуальных кодов позволяет авторам семейных саг обращаться к культурной памяти, восстанавливая мифологические и литературные архетипы. Это создаёт уникальные возможности для художественного переосмысления семейных историй через призму общекультурных контекстов. Введение интертекста часто ведёт к разрушению традиционных представлений о реально-

сти и вымысле, стирая между ними границы. В постмодернистской литературе, например, миметическая структура семейной саги подвергается критическому переосмыслению, что позволяет пересмотреть само понятие реальности в художественном тексте.

Таким образом, интертекстуальные коды в семейной саге выполняют одновременно структурную и семиотическую функцию, усложняя миметическую репрезентацию и трансформируя жанровые особенности текста. Семейная сага, оставаясь жанром, стремящимся к изображению реальности, благодаря интертекстуальному взаимодействию становится не только средством повествования о семье, но и пространством для культурной игры, где пересекаются различные тексты, символы и нарративы.

#### Список источников

1. Кристева Ю. Семиотика: Исследования по семиотике искусства и культуры / Ю. Кристева. – М.: Академический проект, 2004. – 336 с.
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1972. – 504 с.
3. Самойлова Т.И. Интертекстуальность в литературе постмодернизма / Т.И. Самойлова. – М.: Наука, 2015. – 304 с.
4. Левчук Л.В. Мифологические структуры в постмодернистской литературе / Л.В. Левчук. – М.: Просвещение, 2013. – 276 с.
5. Лотман Ю.М. Культура и взрыв: Семь исследований по истории русской культуры XVIII-XIX веков / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 1992. – 240 с.
6. Деррида Ж. О грамматики / Ж. Деррида, пер. с фр. В.Е. Кезина. – М.: Ad Marginem, 2000. – 560 с.
7. Тодоров Т. Мимесис и литературное воображение / Т. Тодоров. – М.: Наука, 2012. – 304 с.
8. Фридман С. Нарративная теория модернизма / С. Фридман. – Cambridge: Cambridge University Press, 2015. – 416 с.
9. Эко У. Открытая книга / У. Эко, пер. с ит. Е. Логиновой. – New Haven: Yale University Press, 1989. – 324 с.
10. Моррисон Т. Игра смыслов: постмодернистская семейная сага / Т. Моррисон. – New York: HarperCollins, 2014. – 288 с.
11. Маркес Г.Г. Сто лет одиночества / Г.Г. Маркес, пер. с исп. Г.Л. Левина. – М.: АСТ, 2018. – 448 с.



# ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 81'42:811.11:371

# INTERACTIVE TECHNOLOGIES: CHATBOTS IN TEACHING ENGLISH

**PENKOV BORIS VICTOR**PhD, Associate Professor,  
Synergy University, Russia**KOZHINA IRINA VICTOR,****PAPKOVA TATYANA EUGENE,****SEDYKH ELENA VICTOR**Teachers (English)  
College Prep School # 16, Mitishi, Russia

**Abstract:** The article explores the opportunities of using chatbots for practicing spoken language, grammar, and cross-cultural communication skills. The authors describes their role of chatbots in creating an interactive learning environment. The use of bots is analyzed within the framework of the Concept of Digital Learning, including such components as Distance Learning and Blended Learning. The object of the study are disruptive innovations in teaching modern languages. The subject of the study is didactic units, methods and methodology of teaching with chatbots within the framework of the case study method in schools and universities. The study allows us to differentiate the issues of using AI-based tools and, in particular, chatbot technology in a broad educational context.

**Key words:** digital learning; blended learning; online learning; educational discourse; disruptive innovations in education; AI-based learning; chatbot

## ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ЧАТ-БОТЫ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

**Пеньков Борис Викторович,  
Кожина Ирина Викторовна,  
Папкина Татьяна Евгеньевна,  
Седых Елена Викторовна**

**Аннотация:** Рассматриваются возможности применения чат-ботов для практики разговорной речи, грамматики и навыков межкультурного общения, описывается роль ботов в создании интерактивной среды обучения. Использование ботов анализируется в рамках Концепта «Цифровое обучение», включающего понятия «Дистанционное обучение» и «Смешанное обучение». Объектом исследования являются прорывные технологии в области преподавания иностранных языков. В качестве предмета исследования выступают дидактические единицы, методика и методология преподавания с использованием чат-бота и метода кейс-стади в школе и вузе. Описаны педагогические аспекты использования инновационных технологий. Исследование дифференцирует проблемы применения инструментов ИИ и, в частности, чат-ботов в широком образовательном контексте.

**Ключевые слова:** цифровое обучение; смешанное обучение; дистанционное обучение; образовательный дискурс; ИИ; чат-бот

The application of teaching methods in the light of the implementation of AI-based teaching and learning and specifically the adaptation of ways of using Chatbots across English language curriculum raises a number of issues about the selection of Chatbots for high-school and college-level education [3, pp. 5-7]. AI-based chatbots are used by teachers and students to achieve educational goals, making mobile learning and teaching in line with disruptive educational innovations. It is necessary to improve methods and methodology of teaching English with the help of Chatbots [1, pp. 294-295; 7, pp. 62-63]. The field of TechEd is rapidly changing - new AI-based tools are brought to the market, sometimes students are already using novel AI instruments faculty is not fully aware of but which can be integrated into English curriculum, so professional development activities for faculty of English Departments should be available to reflect recent changes in the AI arena and related communication technologies, improving the overall digital climate in the educational institution. The means of informatization of education and the related models of the methodological system of teaching are aimed at optimizing digital methods, including distance and blended forms of learning based on AI [9, pp. 111-112]. The methodological system for teaching multiple English subjects at school and courses taught in English at undergraduate level based on AI technologies includes a set of goals and objectives, digital content, innovative methods, forms and electronic means of teaching [4, pp. 29-32]. The teacher's AI-related competencies constitute a new theme for discussion in Pedagogy and Didactics as well as Methods and Methodology of Teaching Modern Languages; namely, the professional IT competences, methods of working with AI-based resources; teaching methods based on AI technologies are reflected in the results of pedagogical activity during assessment and in the process of evaluation of student progress according to a set of rubrics. The teaching and learning practice are based on principles of cooperation and partnership between school and home, teachers and parents, who work out a road map to overcome ambiguous situations, using feedback.

Digital forms of teaching and learning, developed using Chatbots, provide new communication channels for exchanging information, gaining new knowledge and opening up opportunities for intercultural communication [2, pp. 129-130; 6, pp. 1209-1210]. Chatbot applications serve as is factors for improving the quality of teaching; training and retraining of teachers who work with disruptive innovation in the form of AI-based tools is a new challenge for the community of education workers. It is necessary to facilitate teacher assessment as well as evaluation of students' knowledge linked to AI-based creative activities, teamwork and networking with peers. The use of AI technologies is justified as students are already using the tools in their everyday personal and academic life; they are expected to apply the instruments in the future in individual and professional roles [5, pp. 3197-3201; 8, pp. 73-75].

AI learning and teaching tools give motivated students the opportunity to work with complex tasks in a cross-cultural communication setting targeting disruptive educational innovations. The application of chatbots in teaching English is justified from the point of view of using the case method and developing a set of case tasks. The didactic units, being the main structural units of the educational process, cover a certain amount of knowledge, skills and abilities necessary to achieve a specific educational goal. From the point of view of teaching English, the didactic unit includes several aspects. As for the content of the didactic unit, a specific topic is formulated, for example, a theme or an aspect of the language (grammar, vocabulary, or pronunciation). And knowledge unit is described, that is, information that must be learned (for example, grammar rules, or new vocabulary and terminology as well as professional jargon).

The next component of the didactic unit is the goals and objectives, including educational goals or what students should achieve as a result of studying the unit (for example, learning to use certain grammatical structures). Methods of achievement or ways by which goals are achieved are selected (for example, practical tasks or role-playing games). Methods and technologies are aspects of methodology, that is, the approaches to learning (for example, the communicative approach or the project method) and tools, the use of technologies and resources (for example, applications and online courses). The Concept of Didactic Unit includes the components of assessment and feedback, in other words, it is necessary to develop assessment criteria or rubrics to describe how the assimilation of the material is assessed (for example, through tests or discussions) and to formulate methods acquiring feedback: to provide students and faculty with information about their academic progress and areas for improvement. Examples of basic didactic units in teaching English are: grammatical units (for example, studying the Present Simple tense in order to understand the structure of a sen-

tence and the use of tenses in different contexts) and lexical units (for example, studying words and expressions on the Topic of Traveling to expand vocabulary and develop ability to use new vocabulary in context). Thus, didactic units help organize the learning process, ensuring consistency and systematization in language learning.

Let's move to the analysis of various chatbots in the context of learning modern languages within the framework of case-study methodology. The Duolingo Chatbot is part of the global Duolingo platform. This tool and platform seem to be the most promising, as they offer an alternative model for international English language standardized testing along with the well-known TOEFL and IELTS testing programs. One of the advantages of the Duolingo system is the significant affordability of testing compared to other products of similar type, while the test results are accepted by many educational institutions in the world as documents confirming proficiency in English. The Duolingo chatbot allows to develop a number of didactic units to cover the basics of grammar, vocabulary and speaking skills, based on a game methodology, with elements of gamification and repetition. Case tasks for schools include, for example, drafting and practice of dialogues (students acting in various roles) to activate new vocabulary. The teacher suggests a topic (for example, Shopping in a store) and students interact with the bot, creating dialogues. Speaking about the case-study method, the following case can be used at undergraduate level for business students: students discuss the financial situation of a company based on an analysis of the annual report (reports in English are obtained from company's websites). To solve the case, students use the bot to prepare questions and answers on the topic of financial analysis.

Another example of a chatbot is Babel Chatbot, which is used within the framework of didactic units related to the Topic of Everyday Life, but with a focus on new business vocabulary. The teaching methodology in this case includes a communicative approach with attention to practical application. The case problem for school is making a presentation in English about hobbies or interests. To solve the case, students use this bot to obtain a list of words and phrases needed for the presentation. At the university level, a case looks like writing a business letter of invitation to collaborate with a variety of managerial writing tools, including subheadings, bulleted lists, financial formulas, and attachments. In the process of solving such a case, students interact with the bot to find the correct wording and structure of the letter.

The Busuu Chatbot is used in the context of didactic units such as conversational situations and grammatical structures. Speaking about the methodology of teaching, it is necessary to emphasize the relevance of interactive learning with the possibility of feedback from native speakers. We formulate a case task for high school students as follows: role-playing games on the Topic of Ordering Food in a Restaurant. During the solution, students use the bot to practice dialogues at the preparatory stage before the role-playing game. For high school students and especially for university students, a case task related to career guidance and career development is relevant, for example, preparing for a job interview. The solution to the case is that students ask the bot questions and receive advice, for example, the bot is requested to create a list of questions for a job candidate and a potential employer and a set of answers to typical questions asked at an interview.

ChatGPT (OpenAI) is a bot which can be integrated into the development of a variety of didactic units covering a wide range of topics, from grammar to aspects of intercultural communication. The teaching methodology is formulated as follows: a generative approach with an emphasis on free communication. At the school level, the case task is described as follows: writing a story on a given topic. During the case study, students interact with the bot to get ideas (for instance, in the form of a mind map) and the structure of the story (a pitch or a forty-five second response to a related question). For finance majors at the university, the case study is described as an analysis of a company's annual report or document like balance sheet or income statement. To solve the case, students ask the bot questions about terms and concepts related to the report or its segment.

The English with Lingoda chatbot is used for didactic units like grammar, pronunciation, speaking skills within the methodology of teaching English during interactive lessons with an emphasis on practice of soft skills. The case study for school is formulated as the creation of a group project on the culture of English-speaking countries. During the solution, students use the bot to search for information and compile a glossary on the Topic. At the university level, the case task is presented as preparation for an international conference. Students interact with the bot to prepare a presentation based on the proposed template and a list of questions

on financial topics.

The Mango Languages chatbot can be integrated in the English language curriculum in the context of didactic units such as cultural aspects of language and practicing soft skills. Speaking about the methodology and teaching methods, we recommend using a cross-cultural approach with an emphasis on understanding the context. The case task for school students is about studying holidays in English-speaking countries. In the process of solving the case, students interact with the bot to study the vocabulary and cultural aspects of English-speaking countries and language as a means of international communication. The case task for undergraduate students is as a study of international markets; to solve the case, students ask the bot questions about cultural differences in global business environment.

The Rosetta Stone chatbot in the framework of didactic units provides immersion in the language with emphasis on listening and pronunciation, while empirical approach without translation is chosen as the methodology. The case task for school is to conduct an interview about favorite movies – students use the bot to practice questions and answers. During seminars for undergraduate students in courses related to teaching modern communications in business, the case task is formulated as a discussion of the influence of the economy on culture. As a solution, students turn to the bot to prepare mind maps, arguments, and ideation.

HelloTalk Chatbot can be linked to the didactic units of conversational practice and exchange of cultural experience within the framework of the methodology of interaction with native speakers via chat. The case task for school seniors is communication with a native speaker. To solve the case, students turn to the bot to exchange messages and learn new phrases. Case task for undergraduate students of the university is preparation for an international project. During the case, students attempt to model communication with native speakers via the bot to receive feedback.

Describing the application of the Speak English Bot for the didactic units Conversational Skills and Pronunciation, we turn to the methodology of teaching English focusing on aspects of modeling conversations. In the school context, the case task is holding debates in English. As a solution, students use the bot to prepare arguments and rehearse the debates. At the university level, the case task includes the discussion of current economic issues, and the solution for the case is interaction with the bot to prepare for the debate on financial topics. And the last chatbot in our classification is Tandem Chatbot, used to develop the following didactic units – speaking practice and cultural exchange within the framework of the methodology of Social Learning through Interaction. At school the case task is to organize a virtual exchange with students from another country. High school students use the bot to communicate and study cultural norms and expectations across nations and globally. The case for university students is defined as preparation for an international conference, that is, undergraduates ask the bot questions about the conference format and preparation of materials.

Chatbots improve the process of learning English both at school and at university, providing interactive and fun ways to practice language. In the Russian Federation, secondary general education consists of two years of study in high school (grades 10 and 11) and even though the undergraduate and graduate studies have somewhat adapted the international framework of education, there are still differences to international practice or national specifics. Using digital technologies, including AI and Chatbots has come to the rescue here, such modes of learning supplement the gaps in national and international education and make it possible for applicants to adapt their soft skills and knowledge of the English language. Motivated high school students and advanced placement classes should have access to curriculum and courses developed around the digital learning theme and AI-based methodology. Such options can be viewed as added value and opportunity within English curriculum as well as English across curriculum initiatives. Every stakeholder of educational institutions should be ready to turn to digital tools like AI and chatbots to improve the quality of learning and education. The creation of a flexible model for the methodology for teaching an English-related subject or course, makes it possible to integrate distance and blended elements of teaching and learning into the educational process. Digital learning has become a mandatory component of planning the educational, creative and research activities in the classroom and in the form of extracurricular activities. The application of AI-based teaching and learning is a multifaceted phenomenon and requires ongoing study, development and analysis of digital learning models at different levels of education and in relation to teaching of individual subject areas.

## References

1. Duong T., Suppasetsee S. The Effects of an Artificial Intelligence Voice Chatbot on Improving Vietnamese Undergraduate Students' English Speaking Skills //International Journal of Learning, Teaching and Educational Research. – 2024. – Т. 23. – №. 3. – С. 293-321.
2. Eisenring M. A. A. et al. The use of chatbots in the english language teaching to promote modern language learning: A literature review //IJET (International Journal of Indonesian Education and Teaching). – 2024. – Т. 8. – №. 1. – С. 127-139.
3. Jeon J. Exploring AI chatbot affordances in the EFL classroom: Young learners' experiences and perspectives //Computer Assisted Language Learning. – 2024. – Т. 37. – №. 1-2. – С. 1-26.
4. Lin M. P. C., Chang D. H., Winne P. H. A proposed methodology for investigating student-chatbot interaction patterns in giving peer feedback //Educational technology research and development. – 2024. – С. 1-34.
5. Mohamed A. M. Exploring the potential of an AI-based Chatbot (ChatGPT) in enhancing English as a Foreign Language (EFL) teaching: perceptions of EFL Faculty Members //Education and Information Technologies. – 2024. – Т. 29. – №. 3. – С. 3195-3217.
6. Penkov B.V. Digital learning and teaching in the educational discourse // Электронное обучение в непрерывном образовании. – 2016. – № 1 (3). – С. 1208-1212.
7. Пеньков Б.В. Интеграция мобильных технологий в преподавание и обучение современным языкам в экономическом вузе (в рамках дисциплины «иностраный язык в профессиональной сфере») // Актуальные проблемы обучения профессионально ориентированному иноязычному общению материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции, посвященной 85-летию юбилею Московского государственного областного университета и 80-летию кафедры иностранных языков. – 2016. – С. 61-64.
8. Penkov B.V. Discourse of education: online and blended learning // Научный результат. Серия «Вопросы теоретической и прикладной лингвистики». – 2015. №2. – С. 72-79. Mode of access: <http://cyberleninka.ru/article/n/discourse-of-education-online-and-blended-learning> – Date of access: 18.09.2024.
9. Penkov B.V. Educational discourse: Information technology in high school // Научный результат. Серия «Вопросы теоретической и прикладной лингвистики». – 2015. №3. – С. 110-116. Mode of access: <http://cyberleninka.ru/article/n/educational-discourse-information-technology-in-high-school> – Date of access: 18.09.2024.

© Б.В. Пеньков, И.В. Кожина, Т.Е. Папкина, Е.В. Седых, 2024

# ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ



УДК 659.4

# ВЛИЯНИЕ «ЧЕРНОГО PR» НА РЕПУТАЦИЮ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ВЯТКИНА АЛИСА ВЛАДИМИРОВНА,  
СОКОЛОВА ВЛАДИСЛАВА НИКОЛАЕВНА

студенты

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

**Аннотация:** Статья анализирует влияние «черного PR» на политическую репутацию, подчеркивая его использование для дестабилизации образа политических оппонентов. Исследование обсуждает методы «черного PR», которые влияют на общественное мнение. В статье рассматриваются этические и политические последствия таких практик в контексте современной политической деятельности.

**Ключевые слова:** черный PR, политика, политическая деятельность, СМИ, социология, коммуникации, политическая культура

## THE INFLUENCE OF "BLACK PR" ON REPUTATION IN POLITICAL ACTIVITY

Vyatkina Alisa Vladimirovna,  
Sokolova Vladislava Nikolaevna

**Abstract:** The article analyzes the impact of "black PR" on political reputation, emphasizing its use to destabilize the image of political opponents. The study discusses the methods of "black PR" that influence public opinion. The article examines the ethical and political implications of such practices in the context of contemporary political activity.

**Keywords:** black PR, politics, political activity, media, sociology, communications, political culture

Чёрный PR – представляет собой стратегический план действий, цель которого – разрушить положительное восприятие определенной личности, компании, политической группировки и прочих объектов. Задачей этого рода мер может быть полное разрушение предприятия, разорванные коммерческие отношения или другие подобные намерения [1].

Если говорить попроще, то PR – это результат определенных целей путем грамотно выстроенных коммуникаций. Контакт, влияние, убеждение – это 3 основных определения бизнеса, который все более актуален сегодня. Как сказал О. Дерипаски «успешный бизнес в России на 40% состоит из GR, на 40% – из PR и только на 20% – из самого хорошо выстроенного бизнеса» (GR – Government Relations, «связи с органами государственной власти»). Из этого можно сделать вывод, что PR в существенной степени оказывает большое влияние на результат и репутацию в деловой отрасли и в общественно-политической деятельности. Он формирует образ, от которого в перспективе будет зависеть общественная жизнедеятельность организации, фирмы или политика. «Черный PR» – это тоже PR, однако он ориентирован не на усовершенствование своего имиджа и репутации, а в снижение его у соперника или конкурента, путем проведения тоже PR-кампаний, однако лишь только «черных» [3].

### Методы атаки «Чёрного PR».

#### 1. Метод компромата.

Распространяя среди целевой аудитории информацию, вызывающую сомнения в квалификации вашего конкурента, важно акцентировать внимание на его недостатках. Основная цель - вызвать сомнения в профессионализме конкурента, а не в обоснованности обвинений [5].



Чтобы использовать этот метод, необходимо создать мероприятие, которое привлечет внимание целевой аудитории к информации, и активизировать саму информацию, распространяя ее через СМИ.

Основная сложность этого метода заключается в поиске и редактировании наиболее вредоносной информации. Распространяемая информация должна соответствовать следующим критериям [2]:

- Оперировать правдой означает признание её как неоспоримой и фактической.
- Обеспечить неопровержимость информации, чтобы противник не имел возможности её опровергнуть.
- Информация должна быть понятной и четко обоснованной, чтобы избежать неясных суждений или запутанных фактов, которые могут затруднить её восприятие и убедительность.
- Важно поддерживать актуальность информации, чтобы она непосредственно отвечала интересам целевой аудитории.
- Обеспечение безопасности данных предполагает оценку рисков и ограничение использования компрометирующей информации только в необходимых и обоснованных случаях, чтобы избежать юридических и других негативных последствий.

#### 2. Метод плохой похвалы

Этот метод заключается в том, чтобы публично превозносить конкурента, но так, чтобы в результате у общества сложилось о нём негативное мнение. Это достигается чрезмерными похвалами с использованием необоснованных эпитетов, при этом скрытую или негативно воспринимаемую целевой аудиторией информацию вставляют между комплиментами.

#### 3. Метод двойных аудиторий

Этот метод предусматривает поэтапное воздействие на несколько целевых аудиторий, где одни группы используются для влияния на другие. Например, сначала обращаются к жителям, затем привлекают внимание СМИ, а затем переходят к правительству. Последовательность может меняться в зависимости от ситуации, однако власть рассматривается как конечное звено PR-кампании, поскольку её влияние более эффективно, чем при прямом обращении.

#### 4. Метод формирования виртуальных концепций

Имидж любого продукта основывается на нескольких ключевых понятиях, таких как престиж, универсальность, модность, забота о клиентах, популярность, ценность и т.д.

Хотя эти понятия существуют только в нашем воображении, они проявляются через материальные аспекты, которые позволяют нашему восприятию их осознать. Например, престиж может выражаться в высокой цене, использовании дорогих материалов или ассоциации с известными людьми.

Чтобы разрушить миф о ценности продукта, необходимо воздействовать на различные аспекты, связанные с его престижем, материальными характеристиками, поведением пользователей и их восприятием продукта. Также можно применять методы виртуальных определений для создания новых смыслов, которые заменят старые, и для воздействия на конкурентов.

#### 5. Метод освистывания

С древности люди освистывали и бросали помидоры, чтобы сорвать спектакль, выражая протест и мешая актерам продолжать выступление. Этот принцип можно использовать и в современном PR.

#### 6. Метод административного ресурса

Хотя этот метод мало связан с традиционным PR, его часто применяют в рамках чёрного PR. В данном случае административные структуры направляются против конкретной компании, что в итоге приводит к её закрытию.

Этот способ является одним из самых распространённых методов чёрного PR в России.

#### 7. Метод крючка и наживки

Этот метод достаточно прост: создаётся информационная ловушка для цели будущей негативной пиар-кампании. Объект сам попадает в неё и генерирует компрометирующий материал.

После этого, получив нужный компромат, запускается негативная пиар-кампания.

#### 8. Метод общественного возмущения [4]

Часто у компаний есть аспекты, способные вызвать общественное возмущение, такие как дорогостоящие автомобили руководства, экологические выбросы, вредное производство или ограничение прав.

Цель данного метода — выявить такой раздражающий фактор, раскрыть информацию о нём и поддерживать недовольство общественности как можно дольше.

#### 9. Метод виртуального компромата

В этом методе компроматом служит не фактическое событие, а предполагаемое намерение или мысль кого-либо. В любой момент можно подтвердить или опровергнуть конкретный факт, но практически невозможно доказать, что человек никогда не размышлял о чём-то.

#### Пример использования «чёрного PR»

Чёрный PR в политике проявляется наиболее ярко и отчетливо, обычно во время избирательной кампании, когда основной целью является дискредитация главного конкурента или оппонента. На Западе это известно как "грязная политика", но в России она не вызывает такого активного осуждения обществом.

Это связано с общим негативным отношением к политикам. Иногда общественные деятели приветствуют критику власти. Не у каждого политика есть опытный PR-менеджер. Часто применяется стандартная стратегия, когда создается исключительно позитивный образ политика, а все негативные аспекты тщательно скрываются. Это открывает возможности для оппонентов, стремящихся выставить "тёмные стороны" биографии конкурента на всеобщее обозрение. Однако это лишь одна из самых простых форм. В политике часто используется также "образ врага", который предполагает следующее:

- не стоит ожидать ничего положительного от противника, поэтому необходимо быть бдительным и не оказывать ему поддержку;
- вся ответственность за негативные процессы ложится на политического соперника;
- падение противника приравнивается к наступлению процветания для народа;
- независимо от трудностей, с которыми сталкивается "плохой" политик, к нему не следует испытывать сострадание;
- все сторонники противника автоматически приравниваются к его статусу.

Чёрный пиар в предвыборной кампании Дональда Трампа часто проявлялся через использование агрессивных и подрывных тактик против оппонентов. Такие методы включали распространение негативной информации и слухов, а также манипуляцию фактами для создания неблагоприятного имиджа противников.

Во время кампаний 2016 и 2020 годов Трамп и его команда использовали различные формы чёрного пиара, чтобы ослабить позиции своих соперников. Это включало атаки на личную жизнь конкурентов, создание скандальных нарративов и даже продвижение теорий заговора. Чёрный пиар был частью более широкой стратегии, направленной на мобилизацию сторонников и дискредитацию оппонентов, что способствовало повышению политической поляризации и напряженности в общественной дискуссии.

#### Список источников

1. Борисов Ю. Чёрный пиар и чёрные пиарщики / Ю. Борисов // Рекламодатель: теория и практика. – 2010.
2. Бернейс Э. Пропаганда / Э. Бернейс – М.: ГИППО, 2010.
3. Долгих Я. Бизнес – Тайный советник / Я. Долгих // Карьера. – 2004.
4. Вуйма А. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений / А. Вуйма – СПб.: Питер, 2008.
5. Клоков И. В. Чёрный PR. Запрещенные приемы нападения и защиты / И. В. Клоков – СПб.: Питер, 2007.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

# ЛУЧШАЯ НАУЧНАЯ РАБОТА 2024

Сборник статей

Международного научно-исследовательского конкурса

г. Пенза, 20 сентября 2024 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 21.09.2024.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 1,7

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)



# Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях!

Дата	Название конференции	Услуга	Шифр
5 октября	XVI Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2129
5 октября	XIII Международная научно-практическая конференция <b>НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2130
5 октября	IX Международная научно-практическая конференция <b>ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ И УПРАВЛЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2131
5 октября	VI Международная научно-практическая конференция <b>ОБРАЗОВАНИЕ, ОБУЧЕНИЕ И ВОСПИТАНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2132
5 октября	VI Международная научно-практическая конференция <b>ЮРИСПРУДЕНЦИЯ, ЗАКОН И ПОРЯДОК: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2133
10 октября	IV Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2134
10 октября	III Международная научно-практическая конференция <b>ВРЕМЯ НАУКИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2135
10 октября	VII Международная научно-практическая конференция <b>МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ 2024</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2136
15 октября	XVI Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2137
15 октября	III Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА И ПРАКТИКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2138
15 октября	VII Международная научно-практическая конференция <b>СТУДЕНТ И НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2139
20 октября	V Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАУКИ 2024</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2140
20 октября	XXIV Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2141
20 октября	III Международная научно-практическая конференция <b>НАУКА СЕГОДНЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2142
25 октября	XLII Международная научно-практическая конференция <b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2143
25 октября	X Международная научно-практическая конференция <b>НАУЧНЫЙ ФОРУМ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2144
25 октября	VIII Международная научно-практическая конференция <b>ЛУЧШИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ</b>	120 руб. за 1 стр.	МК-2145

[www.naukaip.ru](http://www.naukaip.ru)