

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



ЛУЧШИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2025

**СБОРНИК СТАТЕЙ XIX МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО КОНКУРСА,
СОСТОЯВШЕГОСЯ 8 ЯНВАРЯ 2025 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2025**

УДК 001.1
ББК 60
Л87

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Л87

ЛУЧШИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2025: сборник статей XIX Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2025. – 90 с.

ISBN 978-5-00236-688-0

Настоящий сборник составлен по материалам XIX Международного научно-исследовательского конкурса «**ЛУЧШИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2025**», состоявшегося 8 января 2025 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.), 2025
© Коллектив авторов, 2025

ISBN 978-5-00236-688-0

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

ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ	6
ВЫБРОСЫ В ИЗМЕРЕНИЯХ АЦП И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМИ АНДРЕЕВ ДЕНИС АЛЕКСАНДРОВИЧ	7
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	11
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К МАРКЕТИНГУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ЭКОНОМИКИ ВНИМАНИЯ ВЕСЕЛОВ СЕРГЕЙ ОЛЕГОВИЧ, ЯКОВЛЕВА МАРИЯ ИГОРЕВНА, АНУФРИЕВА ВАРВАРА ДМИТРИЕВНА, ШИНГАРЕВ АЛЕКСАНДР ФЕДОРОВИЧ	12
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕСТВА – ОСНОВА СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ ПОПОВА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА	16
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ КУКЛИН ВЛАДИМИР АЛЕКСАНДРОВИЧ, ШАРИПОВА СОФИЯ РАМИЛЕВНА, ПОНОМАРЁВ АНДРЕЙ МИХАЙЛОВИЧ	20
ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ HR-МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ ШЕСТАКОВА ЕЛЕНА ВАЛЕРЬЕВНА, ВОСТРИКОВА ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА	24
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ МАЛЕТИН НИКИТА ИГОРЕВИЧ, ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ	29
РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭКОНОМИКЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ВЫЗОВЫ ПРИЛЕПСКАЯ ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА, СКОРОХОД СВЕТЛАНА АНДРЕЕВНА	32
АНАЛИЗ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РОССИИ И ИХ ВИДЫ ПУШКАРЕВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА, СИДОРЕНКО ВАЛЕРИЯ ВАЛЕНТИНОВНА, ОВЧАРЕНКО АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА.....	36
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	41
АББРЕВИАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ХУРТИНА ДИАНА ВИТАЛЬЕВНА.....	42
ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КИНОДИАЛОГОВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ) КАЧАКУЛЯН ИЗАБЕЛЛА АРТУРОВНА.....	47
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	52
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОНИМАНИЯ И УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКО- ГРАММАТИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ОБЪЕКТИВИРУЮЩИХ ПРОСТРАНСТВЕННО- ВРЕМЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ ВОРОНОВА ЮЛИЯ ВАЛЕРЬЕВНА	53

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ	57
IMPACT OF CHRONIC RESPIRATORY ACIDOSIS ON HEPATIC ENZYME ACTIVITY AND ITS ROLE IN CIRRHOSIS PROGRESSION АСМА МАХЖБИ	58
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ НАУКИ	64
РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЭКСТРАКТА ИЗ СЫРЬЯ ЧИСТОТЕЛА БОЛЬШОГО (CHELIDONIUM MAJUS L.) АСАНБЕК ГУЛИМ АНУАРБЕКОВНА.....	65
ВЕТЕРИНАРНЫЕ НАУКИ	69
ШКАЛЫ PIRO И SAPS ДЛЯ ПРОГНОЗА ИСХОДА ЗАБОЛЕВАНИЯ У ЖИВОТНЫХ ХОМОЧКИНА СВЕТЛАНА МИХАЙЛОВНА.....	70
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	73
ТРЕВОЖНОСТЬ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕРМИНА, ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ АНТОШКИНА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА, ПОЛЯТКОВА КРИСТИНА СЕРГЕЕВНА	74
ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В ПРЕПОДАВАНИИ МИКРОБИОЛОГИИ ЧАКАЛИДУ КРИСТИНА ДИОНИСИС, НЕСТЕРОВА ИРИНА ВАЛЕРЬЕВНА, САДЫКОВА СОФЬЯ ЗИНУРОВНА	77
ВЛИЯНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С МАТЕРЬЮ НА РОМАНТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ДОЧЕРЕЙ ФАМ ВО АНЬ ТХИ.....	80
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	85
АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПО РАЗВИТИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ БИШКО ЕВГЕНИЙ МИХАЙЛОВИЧ, ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ, НИКОЛАЕВ ДАНИИЛ СЕРГЕЕВИЧ	86

ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 621.382.2/3

ВЫБРОСЫ В ИЗМЕРЕНИЯХ АЦП И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМИ

АНДРЕЕВ ДЕНИС АЛЕКСАНДРОВИЧ

студент 2 курса магистратуры

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», Чебоксары, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы, связанные с выбросами в измерениях аналого-цифровых преобразователей (АЦП). Выбросы представляют собой кратковременные ошибки измерения, которые могут привести к значительным ошибкам в приложениях, требующих высокого уровня точности. Авторы статьи анализируют причины возникновения выбросов, их виды и методы борьбы с ними. Особое внимание уделяется методам снижения уровня выбросов, таким как оптимизация конструкции АЦП, использование фильтров и коррекционных алгоритмов. Статья будет полезна для специалистов в области измерительной техники и радиоэлектроники.

Ключевые слова: аналогово-цифровые преобразователи, измерения, выбросы, борьба, точность, алгоритм.

SPURIOUS EMISSIONS IN ADC MEASUREMENTS AND METHODS TO COMBAT THEM

Andreev Denis Aleksandrovich

Abstract: This article addresses the issues related to spurious emissions in analog-to-digital converter (ADC) measurements. Spurious emissions are temporary measurement errors that can lead to significant errors in applications requiring high accuracy. The authors analyze the causes of spurious emissions, their types, and methods to combat them. Particular attention is paid to methods for reducing spurious emission levels, such as optimizing ADC design, using filters, and correction algorithms. This article will be useful for specialists in the field of measurement technology and radio electronics.

Keywords: analog-to-digital converters, measurements, emissions, control, accuracy, algorithm.

Введение

Аналого-цифровые преобразователи (АЦП) являются ключевыми компонентами современной измерительной техники, широко используемыми в различных областях, таких как радиоэлектроника, телекоммуникации, медицина и авионика. Высокая точность и надежность АЦП имеют критическое значение для обеспечения качества измерений и принятия правильных решений. Однако, несмотря на значительный прогресс в разработке АЦП, проблема выбросов в измерениях остается актуальной.

Выбросы представляют собой кратковременные ошибки измерения, которые могут возникать из-за различных факторов, таких как электромагнитные помехи, неидеальности преобразователя, температуры и т. д. Эти ошибки могут привести к значительным отклонениям в результатах измерений, что может иметь серьезные последствия в приложениях, требующих высокого уровня точности. Например, в системах навигации и управления полетом небольшие ошибки измерения могут привести к значительным отклонениям от заданного маршрута.

В данной статье будут рассмотрены проблемы, связанные с выбросами в измерениях АЦП, и методы борьбы с ними. Мы проанализируем причины возникновения выбросов, их виды и последствия для измерительных систем. Кроме того, будут рассмотрены современные методы снижения уровня выбросов, включая оптимизацию конструкции АЦП, использование фильтров и коррекционных алго-

ритмов. Цель статьи - предоставить читателям полное понимание проблемы выбросов в измерениях АЦП и эффективных способов ее решения.

Основная часть

Раздел 1. Причины возникновения выбросов в АЦП

Выбросы в измерениях аналого-цифровых преобразователей (АЦП) могут возникать под воздействием различных внутренних и внешних факторов. Эти факторы можно условно разделить на внутренние и внешние источники выбросов. Рассмотрим каждый из них более подробно.

Внутренние источники выбросов: неидеальности преобразователя, шумы и температурные дрейфы.

Одним из основных внутренних источников выбросов являются неидеальности самого преобразователя. АЦП, как и любое другое электронное устройство, не может быть идеальным. Неидеальности могут проявляться в виде нелинейных искажений, температурной зависимости, шума и других факторов. Нелинейные искажения могут возникать из-за нелинейности передаточной характеристики преобразователя, что приводит к появлению гармоник и интермодуляционных продуктов на выходе АЦП. Эти искажения могут быть особенно значительными при измерении сигналов с высоким коэффициентом амплитудной модуляции.

Еще одним внутренним источником выбросов являются шумы. Шумы в АЦП могут быть обусловлены тепловыми процессами в активных элементах, шумами насыщения, шумами переключения и другими факторами. Тепловые шумы являются следствием теплового движения зарядов в активных элементах преобразователя и могут быть снижены путем увеличения времени интеграции или использования более тихих компонентов. Шумы насыщения возникают при превышении предельно допустимого уровня сигнала на входе АЦП и могут быть уменьшены путем оптимизации уровня сигнала или использования более широкополосных преобразователей.

Температурные также являются внутренним источником выбросов. Температурная зависимость АЦП может проявляться в виде изменения коэффициента масштабирования, сдвига нуля или изменения нелинейных характеристик. Эти изменения могут быть особенно значительными при измерении сигналов с высоким коэффициентом амплитудной модуляции или в системах, требующих высокой точности измерений.

Внешние источники выбросов: электромагнитные помехи, радиочастотные интерференции

Внешние источники выбросов включают электромагнитные помехи и радиочастотные интерференции. Электромагнитные помехи могут быть обусловлены работой других электронных устройств, находящихся вблизи АЦП. Эти помехи могут проникать в преобразователь через корпус, кабели или другие пути и могут привести к появлению посторонних сигналов на выходе АЦП. Радиочастотные интерференции могут возникать из-за работы радиочастотных устройств, таких как мобильные телефоны, радиостанции или другие устройства.

Электромагнитные помехи и радиочастотные интерференции могут быть уменьшены путем использования экранированных корпусов, разделения цепей, использования фильтров и других методов защиты. Однако, даже при использовании этих методов, полное устранение внешних источников выбросов может быть невозможно. Поэтому, очень важно учитывать потенциальные источники выбросов при проектировании системы и выбирать компоненты и конструкции, которые минимально чувствительны к внешним воздействиям.

Влияние конструкции АЦП на возникновение выбросов

Конструкция АЦП также может оказывать существенное влияние на возникновение выбросов. Архитектура преобразователя, тип используемых компонентов, технология производства и другие факторы могут влиять на уровень выбросов. Например, FLASH-преобразователи, которые являются одними из самых быстрых типов АЦП, также являются одними из самых шумных. Это связано с тем, что FLASH-преобразователи используют параллельную архитектуру, которая приводит к увеличению количества шумящих компонентов.

С другой стороны, sigma-delta-преобразователи, которые используют технологию переупорядо-

чения сигнала, могут иметь более низкий уровень шума, но также имеют более низкую скорость преобразования. Следовательно, выбор конструкции АЦП должен быть основан на конкретных требованиях системы и должен учитывать потенциальные компромиссы между скоростью, точностью и уровнем шума.

Кроме того, технология производства также может влиять на уровень выбросов. Например, использование технологии CMOS (комплементарная металлооксидная полупроводниковая технология) может привести к увеличению уровня шума из-за наличия паразитных емкостей и других эффектов. С другой стороны, использование технологии биполярных транзисторов может привести к увеличению скорости преобразования, но также может увеличить уровень шума.

Раздел 2. Виды выбросов в АЦП

Выбросы в измерениях аналого-цифровых преобразователей (АЦП) могут быть классифицированы на несколько типов, каждый из которых имеет свои особенности и причины возникновения. Рассмотрим каждый из этих типов более подробно.

2.1. Синхронные выбросы: зависимость от частоты дискретизации и сигнала

Синхронные выбросы представляют собой периодические ошибки измерения, которые возникают в результате взаимодействия между частотой дискретизации и частотой сигнала. Эти выбросы могут быть обусловлены неидеальностями АЦП, такими как нелинейные искажения, температурная зависимость и другие факторы.

Синхронные выбросы могут проявляться в виде гармоник и интермодуляционных продуктов на выходе АЦП. Например, если частота дискретизации равна 100 кГц, а частота сигнала равна 20 кГц, то на выходе АЦП могут появиться гармоники на частотах 80 кГц, 120 кГц и т. д.

Синхронные выбросы могут быть уменьшены путем оптимизации частоты дискретизации, использования фильтров и коррекционных алгоритмов. Например, использование фильтра нижних частот может помочь уменьшить уровень гармоник и интермодуляционных продуктов.

2.2. Несинхронные выбросы: случайные выбросы, шумы

Несинхронные выбросы представляют собой случайные ошибки измерения, которые возникают в результате воздействия шума и других случайных факторов. Эти выбросы могут быть обусловлены тепловыми процессами в активных элементах, шумами насыщения, шумами переключения и другими факторами.

Несинхронные выбросы могут быть уменьшены путем использования методов статистической обработки сигнала, таких как усреднение и фильтрация. Например, использование фильтра средних значений может помочь уменьшить уровень шума на выходе АЦП.

2.3. Переходные процессы и импульсные выбросы

Переходные процессы и импульсные выбросы представляют собой кратковременные ошибки измерения, которые возникают в результате быстрого изменения входного сигнала. Эти выбросы могут быть обусловлены неидеальностями АЦП, такими как инерционность и температурная зависимость.

Переходные процессы и импульсные выбросы могут быть уменьшены путем использования методов коррекции переходных процессов, таких как использование компенсационных цепей и коррекционных алгоритмов. Например, использование компенсационной цепи может помочь уменьшить уровень импульсных выбросов на выходе АЦП.

Заключение

Выбросы в измерениях аналого-цифровых преобразователей (АЦП) представляют собой серьезную проблему в современной измерительной технике. Эти выбросы могут привести к значительным ошибкам измерения, что может иметь серьезные последствия в различных областях, таких как авионика, медицина и телекоммуникации.

В данной статье были рассмотрены основные причины возникновения выбросов в АЦП, включая внутренние и внешние источники выбросов, а также влияние конструкции АЦП на возникновение выбросов. Были описаны основные виды выбросов, включая синхронные, несинхронные и переходные выбросы.

Кроме того, были рассмотрены методы снижения уровня выбросов в АЦП, включая оптимизацию

конструкции АЦП, использование фильтров, коррекционные алгоритмы и технологии снижения электромагнитных помех. Было показано, что выбор оптимального метода снижения уровня выбросов зависит от конкретных требований системы и характеристик входного сигнала.

Подводя итог, можно сказать, что снижение уровня выбросов в АЦП является важнейшей задачей в современной измерительной технике. Правильный выбор конструкции АЦП, использования фильтров и коррекционных алгоритмов, а также технологий снижения электромагнитных помех может помочь уменьшить уровень выбросов и повысить точность измерений.

В будущем перспективным направлением развития может стать использование искусственного интеллекта и машинного обучения для выявления и коррекции выбросов в АЦП. Кроме того, развитие новых технологий и материалов может позволить создать более точные и надежные АЦП.

© 2025

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 330

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К МАРКЕТИНГУ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ ЭКОНОМИКИ ВНИМАНИЯ

ВЕСЕЛОВ СЕРГЕЙ ОЛЕГОВИЧ,
ЯКОВЛЕВА МАРИЯ ИГОРЕВНА,
АНУФРИЕВА ВАРВАРА ДМИТРИЕВНА

магистранты

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

ШИНГАРЕВ АЛЕКСАНДР ФЕДОРОВИЧ

студент

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный технический университет»

Аннотация: в данной статье рассматривается концепция экономики внимания и её влияние на современные маркетинговые коммуникации. Описана роль внимания как дефицитного ресурса для бизнеса, которым необходимо эффективно управлять. Приведены практические примеры и инструменты маркетинга, которые помогают компаниям выделяться в условиях информационного шума и перегрузки.

Ключевые слова: экономика внимания, маркетинг, реклама, персонализация

MODERN APPROACHES TO MARKETING WITHIN THE CONCEPT OF THE ATTENTION ECONOMY

Veselov Sergey Olegovich,
Yakovleva Maria Igorevna,
Anufrieva Varvara Dmitrievna,
Shingarev Alexander Fedorovich

Abstract: this article discusses the concept of attention economy and its impact on modern marketing communications. It describes the role of attention as a scarce resource for business, which must be effectively managed. Practical examples and marketing tools that help companies to stand out in the conditions of information noise and overload are given.

Keywords: attention economy, marketing, advertising, personalization

Жизнь современного человека неразрывно связана с получением информации - из СМИ, социальных сетей и многих других источников. По данным исследования eDiscovery Today в 2023 году пользователи Интернета каждую минуту отправляли 241 миллион электронных писем, делали более 6 миллионов поисковых запросов в Google, просматривали эквивалент 43 лет в формате онлайн-трансляций. При этом общее число пользователей также возросло в период с 2013 по 2023 год, увеличившись с 2.1 до 5.2 миллиардов [1].

Объем и разнообразие контента постоянно растут, но время, которое можно выделить на его изучение, ограничено, ведь наше внимание не бесконечно. Это порождает проблему информационного шума, поскольку полезность получаемой информации зачастую ниже, чем общее её количество, которое человеку приходится обрабатывать. Частое переключение внимания может приводить к информа-

ционной перегрузке, которая нарушает способность эффективно воспринимать и усваивать информацию [2].

При этом такая перегрузка вредна не только для отдельных людей, но и для бизнеса. В настоящее время маркетинговые сообщения конкурируют за внимание не только с другими видами рекламы, но и с последними постами знаменитостей, популярными шоу на YouTube и даже сообщениями из социальных сетей. Поэтому бизнесу необходимо искать новые способы, которые позволят завоевать ограниченное внимание потребителей.

В рамках данной работы будет описана концепция, которая рассматривает внимание, как ограниченный ресурс для бизнеса. Также будут представлены способы и инструменты, которые могут помочь маркетологам не только привлечь внимание, но и удержать его.

Внимание потребителей как фактор успешности бизнеса активно изучается в рамках концепции «экономики внимания». Впервые этот подход был предложен в 1971 году американским ученым и нобелевским лауреатом Гербертом А. Саймоном.

Но прежде чем дать описание концепции «экономики внимания», необходимо дать определение самому термину «внимание». Ученые-психологи и социологи дают этому понятию разное объяснение. В рамках исследования в качестве основного было выбрано определение из Большого психологического словаря. Так, внимание – это процесс и состояние настройки субъекта на восприятие приоритетной информации и выполнение поставленных задач. Теоретически и операционально внимание характеризуется уровнем (интенсивностью, концентрацией), объемом (широтой, распределением), избирательностью, скоростью переключения (движения), длительностью и устойчивостью [3]. Другими словами, внимание можно определить, как избирательную сосредоточенность на чем-то, что мы воспринимаем в данный момент, игнорируя другие окружающие сигналы.

Теперь рассмотрим историю возникновения концепции. Впервые экономист и нобелевский лауреат Герберт А. Саймон ввел термин «экономика внимания» в своей работе «Проектирование организаций для мира, богатого информацией». Ученый рассматривал внимание как дефицитный товар, требующий грамотного распределения между избыточными источниками информации [4]. При этом, чем больше возрастает объем информации, тем выше становится цена внимания потребителя, поскольку оно не безгранично.

В своей работе, получившей Нобелевскую премию, Саймон не только заложил основы теории экономики внимания, но и предсказал проблемы, с которыми мы сталкиваемся сегодня: подавляющее количество информации, которая постоянно борется за наши ограниченные когнитивные ресурсы.

Позже эту идею поддержали и другие авторы, такие как Томас Дэвенпорт и Джон Бек. В своей книге «Экономика внимания: Понимание новой валюты», опубликованной в 2001 году в издательстве Harvard Business Press, авторы углубились в концепцию экономики внимания и внесли в нее ценный вклад. Авторы утверждают, что, если компании не научатся эффективно захватывать, управлять и удерживать внимание своей аудитории, они будут значительно отставать от конкурентов [5]. Также они выделили четыре основных аспекта, которые важны для управления вниманием во всех сферах бизнеса:

- измерение внимания,
- понимание того, как внимание работает с точки зрения психологии и биологии,
- использование технологий для захвата внимания потребителей,
- изучение и применение опыта из традиционных областей, где борются за внимание, например, из рекламы.

Переходя к более современным исследованиям, следует рассмотреть вклад Тристана Харриса, бывшего специалиста по этике дизайна в Google и соучредителя Центра гуманных технологий. В своем манифесте «Призыв к минимизации отвлекающих факторов и уважению внимания пользователей», Харрис выступает против намеренного использования психологических тактик, которые обычно практикуют крупные технологические компании для захвата и удержания внимания пользователей [6]. Примерами могут служить частые уведомления в Gmail или бесконечная лента приложений социальных сетей, которая мотивирует пользователя «потреблять» больше контента. Харрис активно продвигал идею

о том, что Google может установить новый стандарт для всей индустрии, первой изменив текущую ситуацию. В результате в современных версиях ОС Android были разработаны и внедрены новые функции, помогающие пользователям управлять своим вниманием.

Эти исследования демонстрируют развитие концепции экономики внимания и её переход от теоретических основ к этической ответственности и новым подходам к дизайну технологий. Они подчеркивают важность баланса между инновациями для управления вниманием как ресурсом и сохранением благополучия человека.

Изучив суть концепции, важно понять, что она означает для маркетологов. Чтобы успешно реализовать маркетинговую стратегию в перенасыщенном информацией мире, компаниям необходимо найти особый подход к своей целевой аудитории. Недостаточно просто заявить о себе и своем продукте с помощью рекламы - важно создать контент, способный привлечь, удержать и увлечь аудиторию среди информационного шума.

Важным аспектом для привлечения внимания и дальнейшего удержания потребителей является получение эмоционального отклика. Для этого маркетологи могут использовать сторителлинг. При этом важно, чтобы итоговый текст был не просто описанием ситуации, связанной с продуктом. Необходимо, чтобы история перекликалась с личным опытом и проблемами пользователей, демонстрируя решение «боли» клиента через использование продукта или услуги.

Следующий ключевой фактор - персонализация. Собирая данные о предпочтениях покупателей и анализируя их, в том числе с помощью искусственного интеллекта, компания может создавать уникальные предложения для групп или даже для каждого отдельного потребителя. Такой подход создает более тесную связь между брендом и его клиентами и с большей вероятностью побудит конкретного потребителя совершить повторную покупку.

Согласно исследованиям, 91 % потребителей с большей вероятностью совершат покупку у брендов, которые понимают их потребности и присылают подходящие предложения и рекомендации [7]. Примером реализации такого подхода могут служить электронные письма с указанием имени и персонализированным предложением, основанным на истории посещений или прошлых покупок пользователя.

Помимо персонализации, для привлечения внимания пользователей можно использовать геймификацию. Например, с помощью технологий дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR). В условиях постоянного информационного шума интерактивный и иммерсивный контент выделяет компанию на фоне конкурентов и вовлекает аудиторию. Такой подход позволяет потребителям участвовать в активной коммуникации с брендом. Одной из известных компаний, практикующих интерактивный контент, является IKEA, которая создала приложение с дополненной реальностью. Используя смартфон, пользователи могут виртуально разместить мебель прямо в своем доме и посмотреть, как она впишется в интерьер. Это не только помогает принять решение о покупке, но и создает уникальный и запоминающийся опыт.

В качестве дополнительного примера геймификации можно рассмотреть email-маркетинг. С развитием относительно новой AMP-технологии (Accelerated Mobile Pages) у маркетологов появилась возможность встраивать интерактивные элементы прямо в тело письма [8]. Используя такие письма, компания может предложить пользователям пройти опрос, купить товар или оставить отзыв прямо внутри письма. Это помогает привлечь и удержать внимание пользователя, поскольку нет необходимости посещать сайт или другую платформу. Также эту технологию можно использовать для создания головоломок, викторин, скретч-карт с промокодом на скидку и других игровых механик, которые усилят эмоциональную связь с брендом, а также запомнятся пользователю и могут помочь запустить сарафанный маркетинг.

Еще одним важным фактором эффективной маркетинговой стратегии в условиях экономики внимания является пользовательский контент (UGC). Мотивация потребителей делиться своими впечатлениями и фотографиями, связанными с брендом, помогает сформировать образ компании глазами клиентов, что повышает доверие к бренду. Кроме того, такой контент можно использовать для увеличения охвата и размера аудитории. Например, конкурс пользовательского контента с хэштегом может

стать вирусным, что привлечет новых покупателей и укрепит связь с существующей аудиторией [9].

Также в пример можно привести эксперимент Бена Джонса, креативного директора Google, который попытался создать «рекламу, которую будут пропускать чаще всего» в истории. Для этого он показал на YouTube 30-секундную рекламу, которая представляла собой просто черный экран без звука. Но результат оказался совершенно противоположным - на самом деле больше людей были готовы посмотреть такую рекламу, чем яркую, привлекающую внимание. Пользователи площадки привыкли к видеороликам, в которых появляются мигающие изображения, громкая музыка и диктор. Поэтому, когда в видео был показан просто черный экран, это, наоборот, привлекло внимание аудитории. Поэтому один из лучших способов по-настоящему и полностью завладеть вниманием пользователя – удивить и превзойти ожидания [10].

Применяя и комбинируя перечисленные принципы создания рекламных коммуникаций, маркетологи смогут обеспечить эффективное продвижение компании в условиях жесткой конкуренции в экономике внимания. При правильной реализации маркетинговой стратегии пользователи будут активно взаимодействовать с брендом даже в условиях информационного перенасыщения, поскольку будут видеть ценность в предложениях и контенте компании.

Список источников

1. Doug Austin. 2023 Internet Minute Infographic, by eDiscovery Today and LTMG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ediscoverytoday.com/2023/04/20/2023-internet-minute-infographic-by-ediscovery-today-and-ltmg-ediscovery-trends/> (04.01.2025)
2. Коробова, О. В. Информационная культура личности в условиях информационного перенасыщения / О. В. Коробова, Н. Б. Егорченкова, Е. В. Басс // Феноменология личности: ресурсность и многоаспектность: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Армавир, 22 ноября 2022 года / Под общей редакцией И.В. Ткаченко. – Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2022. – С. 207-211.
3. Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК. – 2003. – 672 с.
4. Simon, Herbert A (1971). *Designing Organizations for an Information-rich World*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press. pp. 37–52.
5. Davenport T.H., Beck J.C. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Press. 2001.
6. A Call to Minimize Distraction & Respect Users' Attention by Tristan Harris [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://ru.scribd.com/document/378841682/A-Call-to-Minimize-Distraction-Respect-Users-Attention-by-Tristan-Harris> (05.01.2025)
7. Four Keys to Marketing Success in the Attention Economy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.oracle.com/tr/a/ocom/docs/dc/ms/4-keys-mktg-success-economy.pdf> (07.01.2025).
8. Charles Lange. *The Art of Marketing in the Attention Economy: Strategies for Capturing and Retaining Consumers* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://charleslange.blog/2023/03/31/the-art-of-marketing-in-the-attention-economy-strategies-for-capturing-and-retaining-consumers/> (07.01.2025)
9. Krishna Mohan Jha. *Content marketing in the attention economy: strategies to stand out in a crowded landscape* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://brandequity.economicstimes.indiatimes.com/news/marketing/content-marketing-in-the-attention-economy-strategies-to-stand-out-in-a-crowded-landscape/103332110> (07.01.2025).
10. Karen Nelson-Field. *The attention economy and how media works: Simple truths for marketers*. SpringerNature, 2020.

УДК 330.567.28

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ОБЩЕСТВА — ОСНОВА СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ

ПОПОВА СВЕТЛАНА ВЛАДИМИРОВНА

к.э.н., доцент,
ВУНЦ ВВС «ВВА им. проф. Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина»
(г. Воронеж)

Аннотация: акценты современного экономического развития расставлены таким образом, что воспитание экономической культуры населения рассматривается приоритетной задачей XXI века. Выделение экономической культуры в общей ее структуре объясняется тем, что она выступает важным фактором социально-экономического прогресса, т.к. ее основная функция заключается в повышении экономической и социальной эффективности общественного производства.

Ключевые слова: экономическая культура, финансовая культура, хозяйственная деятельность, социально-экономическое развитие, финансовая грамотность.

ECONOMIC CULTURE OF SOCIETY – THE BASIS OF MODERN ECONOMIC DYNAMICS

Popova Svetlana Vladimirovna

Abstract: The accents of modern economic development are arranged in such a way that the upbringing of the economic culture of the population is considered a priority task of the 21st century. The emphasis on economic culture in its overall structure is explained by the fact that it is an important factor in socio-economic progress, since its main function is to increase the economic and social efficiency of social production.

Key words: economic culture, financial culture, economic activity, socio-economic development, financial literacy.

Экономическая культура многоаспектное понятие. Она пронизывает все уровни хозяйственной деятельности. На сегодняшний день вектор интересов государства направлен на обучение людей принципам функционирования современной экономики и повышения уровня их финансовой грамотности. Человек в бесконечно совершенствующемся мире на основе применения новых технологий должен действовать рационально, грамотно, применяя новые методы и инструменты для поддержания развития экономических отношений, главными действующими лицами которых являются экономические агенты (производители, потребители, конкуренты, посредники). Каждый субъект в своей деятельности должен стремиться к рационализации использования финансовых ресурсов, чтобы достичь желаемых целей, совершенствуя свою финансовую грамотность.

В навязываемом обществе потребления, в котором мы живем, только обладая финансовыми знаниями, навыками и культурой любой субъект сможет обеспечить достойный уровень и качество жизни, делая при этом вклад в развитие государства. Освоение финансовой грамотности позволит избежать или уменьшить уровень финансовых рисков, среди многообразия банковских предложений не потерять свои капиталы, адекватно оценить существующую асимметричную информацию на финансовых рынках, грамотно проводить финансовые операции, применять инвестиционные инструменты, избежать необдуманных расхо-

дов. К сожалению, банковская сфера пользуется желанием людей (непрофессионалов) приумножить капиталы, вовлекая их в новые финансовые пирамиды. Деньги, безусловно, в таких условиях «работают», но не в пользу общества. Иметь знания, это только часть успеха, важно наличие источников средств, а также, мастерство, навыки, возможности, умения их рационального применения.

Тема экономической культуры и финансовой грамотности актуальна на любом этапе развития экономического цикла, определяя социально-экономическую стабильность общества и национальную безопасность государства. Ответственность за обеспечение данной стабильности лежит на органах государственной власти и политической элите. Финансовая грамотность выступает индикатором динамики хозяйственной деятельности. Однако, на микроуровне возможности и условия реализации потенциала экономически активного населения дифференцированы, начиная с оплаты труда, условий его осуществления, возможностей формирования дополнительных заработков, наличия «свободных» денег, заканчивая получением пассивных доходов. На макроуровне, необходимо учитывать финансовые возможности государства и население (экономически неактивное), не участвующее в процессе производства, но требующее средства и ресурсы для своего содержания. Связь финансов населения и государства очевидна, финансовая культура создает стабильные условия пополнения бюджета, снижает расходы государства на социальные нужды.

Современные экономические системы, базирующиеся на финансовой и экономической культуре, определяются экономической свободой, конкуренцией, многообразием форм собственности и коммерческим успехом экономических субъектов. Формирование и управление финансами, рисками, накоплением капитала являются современными ориентирами развития общества. Экономические отношения сводятся к чисто денежным, материальным основам, из реалий исключается понятие «экономическая культура». Однако, в экономической системе существует синергетическое единство экономической культуры и темпов динамики экономического развития. Только финансовая культура позволит уйти от представления, что деньги, – это самоцель, к истинному пониманию конечной точки всей экономической деятельности – развитию человека.

Формирование экономической и финансовой культуры как части общей культуры происходит в противоречивых, нестабильных условиях (кризис финансовой и кредитно-банковской системы, финансовых институтов, снижение уровня жизни населения). Существуют и субъективные барьеры, препятствующие становлению финансовой культуры на всех уровнях экономики и требуется создание действенных механизмов, способствующих ее возрождению в обществе [1, с. 235-244].

Всеобъемлющее понятие «культура», в ее связи с экономической динамикой, трансформируется, вбирая в себя новые формы и аспекты жизни человека. В условиях прогресса совершенствуется поведение людей и реализация норм, обычаев и традиций происходит на качественно новом уровне.

Финансовую культуру можно рассматривать через призму установленных в обществе традиций, норм, идей, направленных на формирование финансовой грамотности, которая воздействует на поддержание финансовых отношений.

Процесс интеграции экономической и финансовой культуры воздействует становление экономической системы на основе переплетения политических, экономических и культурных факторов, которые экономическую активность и повышают благосостояние общества, обеспечивая его будущее. Повышение благосостояния населения во многом определяется теми инструментами, которые оно применяет с целью увеличения своих доходов [2]. Таким образом, экономическая культура являет собой итог интеграции ценностей, норм, стереотипов и элементов хозяйственной деятельности, формирующих предпочтения, желания, возможности людей быть вовлеченными в экономические процессы.

Идеология, история государства, геополитические и геоэкономические факторы оказывают влияние на экономическую культуру. Она становится аспектом, определяющим тип и формы хозяйственной деятельности и стремление общества обеспечить динамичное развитие, т.е. своеобразный хозяйственный стиль, который укореняется в обществе на протяжении его исторического развития. Экономический прогресс является мощным двигателем, который совершенствует все факторы и инструменты, позволяющие использовать разнообразные способы достижения целей.

Форма хозяйственной деятельности основана на системе предпочтений экономическими субъектами тех или иных типов экономических решений. Во-первых, это размещение и управление субъектами своими

ресурсами, такими, как время, способности, доходы, богатство, и активами. Во-вторых, принятие решения о типе экономического поведения – преследование только личных интересов или сопоставление с интересами других. В-третьих, решения должны предусматривать анализ издержек и выгод по каждому виду деятельности, т.е. важно определить степень рациональности принимаемых решений.

Процесс формирования финансовой культуры в России, как и вся экономика, прошел трудный путь трансформации. В экономической истории России исключалось воздействие на экономику религиозных и духовных факторов, которые могли создать стабильные условия формирования рациональной финансовой культуры. На начальном этапе плановой экономики советская власть придерживалась принципа разрушить все представления о деньгах и частной собственности «до основания» и внедрить новое представление о необходимости полного отвержения ее и роли денег.

В 90-х года XX века рыночные реформы полностью отвергли экономические ценности, которые «прививались» в социалистический период, а население потеряло финансовую стабильность, и было дезориентировано в способах распределения имеющихся средств и ресурсов (отсутствовали знания о значении полученных ваучеров, о финансовых пирамидах (ОАО «МММ», ОАО «Русский дом Селенга» и т.п.), о приватизации, о «шоковой терапии» в целом, о функционировании фондовых, валютных рынков. Поэтому только те, кто находился на руководящих постах, имея знания в сфере управления финансами, впоследствии, начали новый процесс накопления капитала [1, с. 126-152]. Проблема российской экономической и финансовой культуры связана с перестройкой экономических отношений, а также неготовностью общества перейти к рынку.

Эксперты утверждают, что до сих пор существует негативное восприятие частной собственности, всех сфер бизнеса, особенно крупного, а также существующей кредитно-банковской системе. В условиях инфляции люди не доверяют банкам, инвестиционным и страховым компаниям, а стараются сохранить средства путем увеличения текущего потребления. События на фондовом рынке почти не относятся в глазах россиян с их личными финансовыми предпочтениями [3]. Важным аспектом финансовой культуры россиян остается убеждение, что государство должно компенсировать риски по инвестиционным транзакциям населения [4]. При этом, возникает парадоксальная ситуация, что существует достаточно большая доля людей не доверяющая государству в вопросе сохранности их банковских вкладов.

Экономическая культура, основанная на повышении финансовой грамотности, позволяет значительной части населения оперировать такими понятиями и финансовыми инструментами, как дебетовые и кредитные карты, потребительские кредиты, ценные бумаги, денежные суррогаты, инвестиционные и брокерские счета. Показательной, в этом смысле, является экономическая культура западных стран [5]. Полное копирование их опыта не принесет желаемого результата, т.к. существует множество различий в экономическом развитии.

Таким образом, экономическая культура – это система ценностей, норм, установок и моделей поведения, которые определяют экономическую деятельность человека, социальной группы или общества в целом. Она отражает уровень знаний, навыков и отношения к экономическим процессам.

Среди основных компонентов экономической культуры модно выделить в первую очередь ценности финансово грамотного человека, к которым отнесем трудолюбие, бережливость, предпринимательскую инициативу, а также нормы и установки, т.е. правила поведения в экономической среде, и, в конечном итоге, модели поведения, подразумевающие способы ведения бизнеса, отношение к деньгам, кредитам, собственности. Экономическая культура формирует отношение к труду, предпринимательству и инвестициям. Определяет готовность общества к инновациям и восприятию экономических реформ, а также уровень коррупции и честность в экономических отношениях.

Экономическая культура формирует основу для устойчивого экономического роста и определяет качество экономических отношений. Высокий уровень экономической культуры способствует инновационному развитию, улучшению производительности труда и рациональному использованию ресурсов. Слабая экономическая культура может замедлять экономический рост из-за низкой финансовой грамотности, коррупции или неприятия новых технологий. В странах с высоким уровнем экономической культуры (где развиты предпринимательство, инновации и сберегательные практики) экономическая

динамика часто характеризуется устойчивым ростом и модернизацией. В то же время недостаток экономической культуры может вести к кризисам, замедлению темпов роста и нестабильности. Экономическая культура и экономическая динамика взаимно усиливают друг друга: улучшение экономической культуры создает условия для положительной экономической динамики, а динамичное развитие экономики, в свою очередь, способствует повышению уровня экономической культуры.

Список источников

1. Фатихов А.И., Насибуллин Р.Т. Проблемы формирования финансовой культуры населения России сквозь призму социологических исследований // Вестник ТОГУ. – 2010. – № 2(17). – С. 235-244.
2. Аймалетдинов Т.А. Роль муниципальной информационной среды в формировании финансовой культуры населения // Материалы III Всероссийского социологического конгресса, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:http://www.isras.ru/abstract_bank/1217593630.pdf (20.11.2024).
3. Финансовая культура: испытание кризисом // База данных ФОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<http://bd.fom.ru/report/map/fommmvb08> (03.12.2024).
4. Какие убытки граждан должно возмещать государство? (№ 58) [Электронный ресурс]: пресс-выпуски // НАФИ. – Режим доступа: URL:<http://nacfin.ru/novosti-ianalitika/press/press/single /10155.html> (20.12.2024).
5. Овчинникова Н.Э. Система раннего предупреждения кризисных ситуаций в банковской деятельности // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 1. – С. 29-34.

© С.В. Попова, 2025

УДК 339.138

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

КУКЛИН ВЛАДИМИР АЛЕКСАНДРОВИЧ,
ШАРИПОВА СОФИЯ РАМИЛЕВНА,
ПОНОМАРЁВ АНДРЕЙ МИХАЙЛОВИЧ

студенты

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого»

Аннотация: Рассмотрены основные аспекты интернет-маркетинга и его влияние на развитие бизнеса. Раскрыты возможности новых информационных технологий, включая инструменты онлайн-рекламы, интеграцию бизнес-процессов и улучшение взаимодействия с потребителями. Установлено, что использование интернет-технологий способствует снижению затрат, повышению конкурентоспособности и созданию эффективных бизнес-моделей.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, онлайн-реклама, бизнес-модели, информационные технологии, электронный бизнес, цифровая трансформация, конкурентоспособность, маркетинговые коммуникации, интернет-исследования, эффективность рекламы.

INTERNET MARKETING AND ITS IMPACT ON MODERN BUSINESS PROCESSES

Kuklin Vladimir Alexandrovich,
Sharipova Sofia Ramilevna,
Ponomarev Andrey Mikhailovich

Abstract: The main aspects of Internet marketing and its impact on business development are considered. The possibilities of new information technologies are revealed, including online advertising tools, integration of business processes and improvement of interaction with consumers. It has been established that the use of Internet technologies contributes to reducing costs, increasing competitiveness and creating effective business models.

Keywords: Internet marketing, online advertising, business models, information technology, e-business, digital transformation, competitiveness, marketing communications, Internet research, advertising effectiveness.

Коммерческое использование Интернета стремительно растет, что приводит к появлению новых компаний и изменению методов работы предприятий. Интернет предоставил новые бизнес-инструменты для снижения затрат и полного удовлетворения потребностей клиентов. Потребители теперь имеют доступ к новому источнику информации и новым способам взаимодействия с компаниями. Стремительный рост интернет-предпринимательства привел к появлению интернет-маркетинга - нового направления, предлагающего беспрецедентные возможности взаимодействия.

Внедрение новых информационных технологий влияет на все аспекты работы, включая отдельные компании и экономику в целом. Это влияет как на вертикальные структуры, такие как компании и рынки, так и на горизонтальные структуры, такие как финансовые рынки. Формируется новое экономическое пространство, интернет-рынок, с новыми финансовыми отношениями. Несмотря на трудности, многие российские компании реализуют новые возможности ведения предпринимательства в Интернете. Интернет-технологии используются на предприятиях различными способами, включая внутренний

обмен информацией, интеграцию бизнеса и внешнее взаимодействие с участниками рынка через Интернет, становясь эффективным бизнес-инструментом, объединяющим поставщиков, производителей и потребителей [1].

Интернет-технологии находят широкое применение в экономической деятельности предприятия - от создания единой внутренней информационной среды до интеграции с мировым рынком. Они становятся эффективным бизнес-инструментом, связывающим поставщиков, производителей и потребителей в единую цепочку. Интернет-среда включает в себя ряд факторов, которые влияют на предприятие, внедряющее новые информационные технологии. Можно предложить классификацию бизнес-моделей, начальным этапом которой является создание внутренней системы интернет-типа, обеспечивающей доступ только сотрудникам и повышающей эффективность обмена информацией, облегчающей обратную связь и оптимизирующей процессы планирования и управления.

Появление информационной системы экстрасетевого типа является естественным шагом в развитии инфраструктуры компании, предоставляя доступ сотрудникам и авторизованным внешним пользователям. Система действует как визитная карточка или справочник, предоставляя информацию о продукте, ценах и статусе учетной записи. Это позволяет отправлять уведомления и обратную связь клиентам через службу поддержки по электронной почте и подписку на интернет-сервер, повышая эффективность коммуникации внутри компании и за ее пределами [6].

Следующий этап взаимодействия с клиентами предполагает непосредственное подключение к информационной системе посредством электронных заказов. Интернет-технологии связывают поставщиков, производителей и потребителей в единую цепочку. Организация может осуществлять взаимодействие с конечными покупателями через интернет-магазины или потребительские аукционы. Доходы производителей приносят прибыль поставщикам торговых услуг и посреднических услуг. Онлайн-предприятия имеют конкурентное преимущество за счет более низких затрат и возможности позиционировать огромное количество товаров. Интернет является стратегическим дополнением к обычным магазинам, и классические магазины будут полагаться на него для управления цепочками поставок и интеграции с онлайн-компаниями.

Публикации по онлайн-маркетингу в основном посвящены интернет-рекламе, которая фокусируется на особенностях Интернета и нацелена на конечного покупателя. Однако интернет-маркетинг включает в себя нечто большее, чем просто рекламу. Производственный цикл предприятия включает в себя маркетинговые исследования, производство, внедрение и послепродажное обслуживание, которые могут быть улучшены с помощью Интернета. Интернет предоставляет предприятиям дополнительные возможности для получения конкурентного преимущества перед конкурентами, которые им не пользуются [7].

Маркетинговые коммуникации в Интернете можно разделить на два типа. Первый связан с разработкой, созданием или улучшением продукта, обеспечивая его успех посредством взаимодействия с рынком. Этот тип нацелен на создание продукта, пользующегося спросом, путем убеждения потребителей в необходимости его приобретения. Второй тип - это продвижение продукта, включающее механизмы информирования, воздействия и убеждения потребителей в покупке. Продвижение включает рекламу, стимулирование продаж, формирование общественного мнения и брендинг, организованные с использованием одного или нескольких инструментов.

Интернет добавил инструментов для продвижения товаров, включая разработку веб-сайта и присутствие в сети. Веб-сайт компании является ключевым элементом ее коммуникационной политики в Интернете, требующим значительного продвижения. Онлайн-исследования позволяют изучать конкурентов, покупателей, продукты и цены, а также оценивать демографию пользователей и качество веб-сайта. Преимущества включают быстрое и недорогое извлечение данных, но некоторые аспекты, такие как упаковка или коммерческое тестирование, не могут быть полностью выполнены в режиме онлайн.

Интернет-исследования имеют ряд недостатков, в том числе ограниченный доступ, непроверяемость ответов и высокие требования к обучению персонала. Кроме того, респонденты могут не понимать вопросов исследования. Несмотря на эти ограничения, интернет-маркетинговые исследования могут стать широко используемым инструментом для оценки емкости рынка, изучения предпочтений

потребителей и конкурентного анализа.

Онлайн-реклама - это основанный на использовании Интернета метод продвижения товаров, услуг или компаний перед широкой аудиторией с помощью убедительных сообщений. Благодаря быстрому росту и подходящим показателям, таким как стоимость целевого контакта и своевременное вмешательство, интернет-реклама превосходит традиционные средства массовой информации, такие как телевидение и радио. Интернет-аудитория регулярно увеличивается в количественном и качественном отношении, что делает онлайн-рекламу все более популярной. Её преимущества включают в себя таргетинг на тщательно отобранную аудиторию, мониторинг эффективности кампании, низкие затраты, сочетание рекламы с продажами, расширение рынков сбыта и обновление в режиме реального времени [3].

Онлайн-реклама для покупателей обладает такими преимуществами, как мгновенная доступность информации, оперативное предоставление и интерактивность. Существуют различные виды онлайн-рекламы, включая медийную (баннерную) и контекстную рекламу, поисковое продвижение, скрытую рекламу и другие. Медийная реклама предполагает размещение баннеров на платформах с высокой посещаемостью, что позволяет быстро запускать и приостанавливать кампании, что позволяет эффективно продвигать товары или услуги.

Контекстная реклама адаптируется к интересам пользователей, что делает ее ненавязчивой. Она может быть поисковой (в результатах поиска) или тематической (на сайтах сети Яндекс, соответствующих интересам пользователей). Поисковое продвижение отображает ссылки на сайты в результатах поиска, аналогично контекстной поисковой рекламе. Электронная почта - старейший интернет-инструмент для отправки и получения электронных уведомлений, который также используется для онлайн-вещания и рекламы компаний [3].

Создание рекламных веб-сайтов является основной формой продвижения в Интернете, но требует усилий для привлечения посетителей. Хорошо структурированная рекламная кампания в Интернете может привлечь заинтересованных пользователей и превратить их в клиентов. Эффективный анализ рекламы имеет решающее значение, поскольку он определяет окупаемость инвестиций, маркетинговый эффект и распределение бюджета. Успех рекламы зависит от различных факторов, включая финансовые условия, цены на продукцию, квалификацию персонала и время года. Важно учитывать, что результаты рекламы могут проявиться не сразу и для их достижения может потребоваться время.

Чтобы оценить эффективность онлайн-рекламы, сравниваются цели с результатами. Цели включают поддержание оборота, увеличение продаж, повышение осведомленности, укрепление доверия и создание положительного имиджа. Эффективность может оцениваться на нескольких уровнях: рекламная политика, кампании, платформы и отдельные элементы, такие как средства массовой информации и сообщения [4].

Оценка эффективности политики в области интернет-рекламы помогает определить точность и рациональность затрат. Затраты на онлайн-рекламу сравниваются с результатами, а также с традиционными инвестициями в рекламу, но различия в методах расчета могут привести к трудностям.

Оценка эффективности отдельных рекламных кампаний оправдывает инвестиции в рекламные кампании. Чтобы сделать конкретные выводы, результаты сравниваются с предыдущими кампаниями. Однако трудности возникают из-за разницы во времени между проведением кампании и откликами покупателей. Точные результаты достигаются путем сбора данных во время кампании или вскоре после ее завершения.

Эффективность распределения бюджета влияет на эффективность отдельных рекламных платформ в рамках кампании. Сравнение показателей и расчет вклада каждой платформы в общий результат помогает оценить эффективность.

Оценка отдельных рекламных носителей в рамках кампании позволяет оценить эффективность различных форм презентации в Интернете. Исследования показывают, что более крупные рекламные носители более заметны и эффективны. Чтобы сравнить носители и форматы, рассмотрите особенности их размещения и содержание сообщений.

Для каждого уровня выбираются критерии эффективности, некоторые из которых являются об-

щими для всех уровней. Каждый уровень обладает уникальными характеристиками. Например, эффективность интернет-рекламы оценивается по объемам интернет-продаж, которые также используются для отдельных кампаний, платформ, средств массовой информации и сообщений.

Модель AIDA, используемая в западной литературе, состоит из четырех этапов: внимание, интерес, желание и действие. Для эффективной рекламы необходимо проработать все эти элементы, чтобы спровоцировать покупку. Эта модель применима к онлайн-рекламе, где интерес вызывается повторением, демонстрацией сообщения и привлечением внимания. После возникает интерес, который приводит к желанию и действию [4].

Интернет-маркетинг и связанные с ним технологии открывают перед предприятиями широкие возможности для оптимизации бизнес-процессов и укрепления позиций на рынке. Интеграция интернет-технологий позволяет снизить операционные затраты, улучшить взаимодействие с клиентами и сформировать новые модели взаимодействия между участниками рынка. В условиях стремительного роста интернет-аудитории и глобальной цифровизации предприятия, активно использующие интернет-маркетинг, получают конкурентные преимущества и адаптируются к новым требованиям потребителей и рынка.

Список источников

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг. - М.: Дашков и К, 2020. - 352 с.
2. Алешин Л.И. Информационные технологии. - М.: Маркет ДС, 2019. - 384 с.
3. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг. - М.: ИНФРА-М, 2023. - 276 с.
4. Данько Т.П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость.- М.: ИНФРА-М, 2020. - 416 с.
5. Дацюк О.Е., Лебедева Н.Ф. Правовые аспекты интернет-рекламы // Право и экономика. – 2017. - No 1. - С. 17-19.
6. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации. - М.: Дашков и К, 2021. - 256 с.
7. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации. - М.: ИНФРА-М, 2022. - 384 с.
8. Садченко К.В. Основы современного международного маркетинга. - М.: ДиС, 2024. - 272 с.

УДК 338

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ HR-МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

ШЕСТАКОВА ЕЛЕНА ВАЛЕРЬЕВНАд-р экон. наук, доцент
заведующий кафедрой управления персоналом, сервиса и туризма**ВОСТРИКОВА ЕКАТЕРИНА ВЛАДИМИРОВНА**

магистрант

1,2 ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: В статье отображены особенности формирования модели HR-маркетинга предприятия пищевой или перерабатывающей промышленности Оренбургской области, внесены предложения по разработке и продвижению HR-бренда. В том числе, затронуты вопросы поиска, разработки и актуализации уникального ценностного предложения работодателя для использования во внешних коммуникациях с целью привлечения релевантных кандидатов.

Ключевые слова: HR-маркетинг, маркетинг персонала, HR-бренд, имидж работодателя, ценностное предложение работодателя (EVP).

FORMATION OF AN ENTERPRISE HR-MARKETING MODEL

**Shestakova Elena Valeryevna,
Vostrikova Ekaterina Vladimirovna**

Abstract: The article shows the features of the formation of the HR-marketing model of an enterprise in the food or processing industry of the Orenburg region, and makes proposals for the development and promotion of an HR-brand. In particular, the issues of searching, developing and updating an employer's unique value proposition for use in external communications in order to attract relevant candidates were raised.

Keywords: HR-marketing, personnel marketing, HR-brand, employer image, employer value proposition (EVP).

В состав России входит 89 равноправных субъектов, одним из которых является Оренбургская область, включенная в Приволжский федеральный округ и Уральский экономический район. Регион расположен на стыке двух частей света (Европы и Азии), преимущественно в предгорьях Южного Урала. Его площадь – примерно 124 тыс. кв. км, что занимает 0,7% от площади государства в целом. Область обладает разветвленной системой, которая включает предприятия трубопроводного, железнодорожного, автомобильного, воздушного транспорта. Через – проходят транзитные грузовые и пассажирские потоки в направлении «Центр – Средняя Азия», «Запад – Восток». В недрах разведано более 2,5 тыс. месторождений 75 видов полезных ископаемых. Базовые отрасли экономики: газовый, энергетический, металлургический, нефтяной, машиностроительный комплексы. На территории находится 4,9% сельхозугодий. Область по праву является одной из главных житниц России, где ежегодно выращивается более 3 млн. т. зерновых культур, в т.ч. свыше 1,5 млн. т. пшеницы твердых и сильных сортов. Экономика включена в систему мирохозяйственных связей, торговыми партнерами являются свыше 80 стран. Регион обладает благоприятными условиями для развития сельского хозяйства, при этом кли-

мат резко континентальный [1].

Агрокомплекс Оренбуржья представлен следующими направлениями: растениеводство, животноводство, птицеводство, пищевая и перерабатывающая промышленность, малые формы хозяйствования и садоводства и др. [2]

По информации областного Минсельхоза на 01.01.2021 на территории региона производством пищевых продуктов занимается более 390 предприятий, основные виды деятельности которых: молокоперерабатывающие (в т.ч. малые цеха) – 21, мясоперерабатывающие (в т.ч. убойные цеха) – 56, птицефабрики – 5, мукомольные – 24, хлебобулочные изделия – 119, макароны – 4, крупы – 13, комбикорма – 14, рыбные цеха – 6, плодоовощные и мясные консервы – 4, растительное масло – 24, полуфабрикаты – 24, мороженное – 4, кондитерские изделия – 24, заготовка картофеля и овощей – 5, безалкогольные напитки – 12, пиво – 6, алкоголь – 3 и др. Объем выпущенной продукции за 2023 г. составил более чем 54,8 млрд. рублей [1, 2].

Минсельхоз области ежегодно организывает торгово-закупочные сессии, целью которых: оказание поддержки местным производителям в реализации собственной продукции и стимуляции роста нового производства. Так, в ноябре 2024 г. участие во встрече приняли представители крупных сетей «Магнит», «Пятерочка», «Светофор», 48 предприятий и предпринимателей [2].

В Оренбуржье существует программа «Выход в торговые сети», которую реализуют областные Минэкономразвития и Минсельхоз, включающая образовательный модуль и индивидуальное сопровождение. Ее участники разбирают особенности работы с федеральными сетями, получают аудит готовности компании к расширению и сопровождение до первой отгрузки в сети. Это способствует эффективному позиционированию товаров, снижению их себестоимости, получению доступа к стабильным каналам сбыта. На уровне субъекта есть образовательные потоки для бизнесменов, которые организует Центр «Мой бизнес». Среди предприятий Оренбуржья проводятся конкурсы, в т.ч. оценки качества продуктов, организует их областной Росстандарт при поддержке регионального Правительства и Центра «Мой бизнес» [2, 3].

Проблема в продвижении продукции местного производителя на рынке своего региона прямо отражается на формировании модели HR-маркетинга предприятия. Она влияет на продвижение HR-бренда, а соответственно, на формирование его привлекательности на рынке труда, не говоря уже об эффективности и рентабельности бизнеса в целом. Так, оренбургскому работодателю-производителю в условиях современной реальности приходится сражаться за возможность существования на рынке, в т.ч. за найм квалифицированного персонала в условиях жесткой конкуренции, используя различные HR-маркетинговые технологии. То предприятие, которое не имеет собственной модели HR-маркетинга, проигрывает, а значит, подрывает финансовое состояние.

Вопросы формирования модели HR-маркетинга предприятия рассмотрены в работах таких авторов как Кибанов А.Я. и Дуракова И.Б. [4], Вукович Г.Г. [5], Демьянченко Н.В. [6], Капустин П.П. [7], Лобанова В.В. [8], Чумаченко Г.В. [9], Шестакова Е.В. [10, 11], Бурдюгова О.В. [12] и ряда других.

Формирование модели HR-маркетинга – стратегия, сконцентрированная на привлечение, удержание и развитие талантливых сотрудников предприятия. К ее элементам относят: создание с нуля или обновление HR-бренда, выделение уникальности среди конкурентов, поиск, разработка и актуализация ценностного предложения работодателя, продвижение его ценностей и миссии.

Так, разработанная карта предложений по моделированию HR-маркетинга предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности Оренбуржья включает следующие направления деятельности (рис. 1).

Наличие конкурентного потребительского бренда включает гарантию качества выпускаемой продукции, положительную репутацию предприятия как на рынке сбыта товаров, так и на рынке труда, применение маркетинговых инструментов продвижения собственного продукта и самого предприятия, установление эмоциональной связи с потребителями. Привлекательность товарного бренда для покупателя напрямую связана с привлекательностью HR-бренда. Их взаимосвязь важно понимать каждому (рис. 2). Вливание финансов только в кампанию по увеличению объема продаж, без развития HR-бренда, очевидно, ведет к существенным проблемам в найме и удержании персонала.

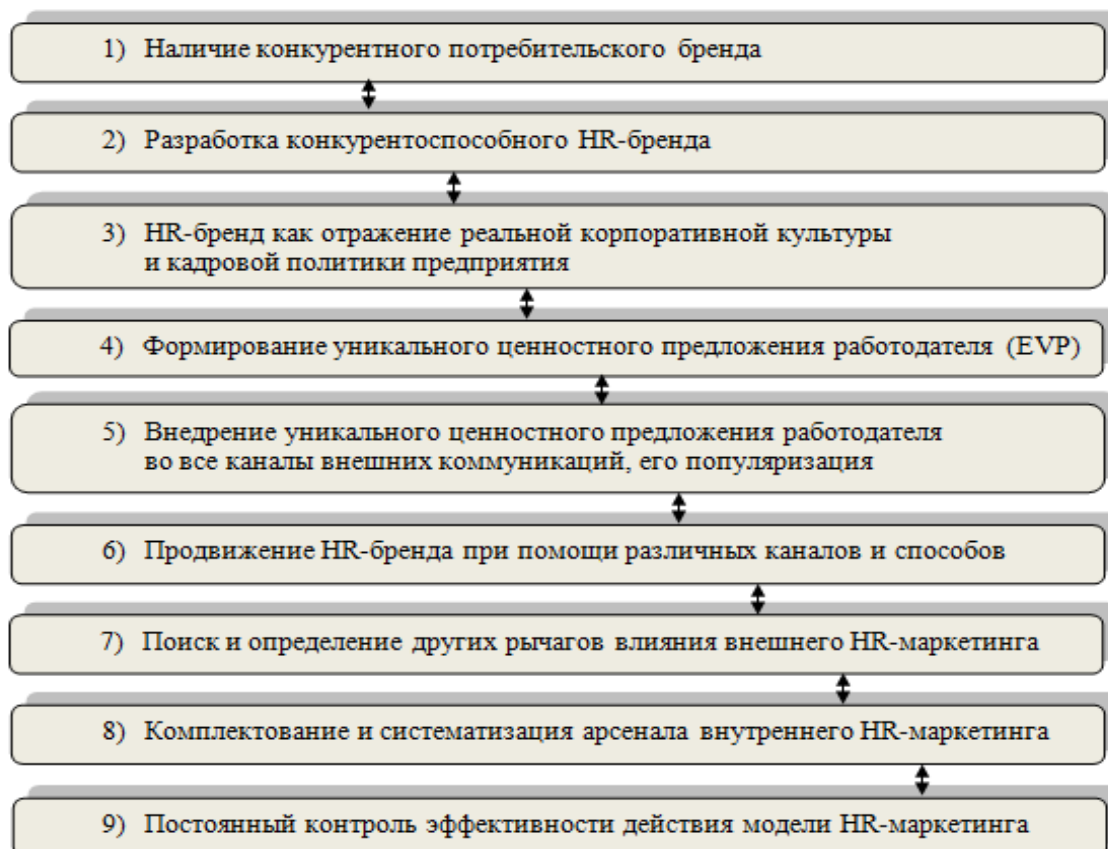


Рис. 1. Карта направлений реализации HR-маркетинга предприятия (составлено авторами)

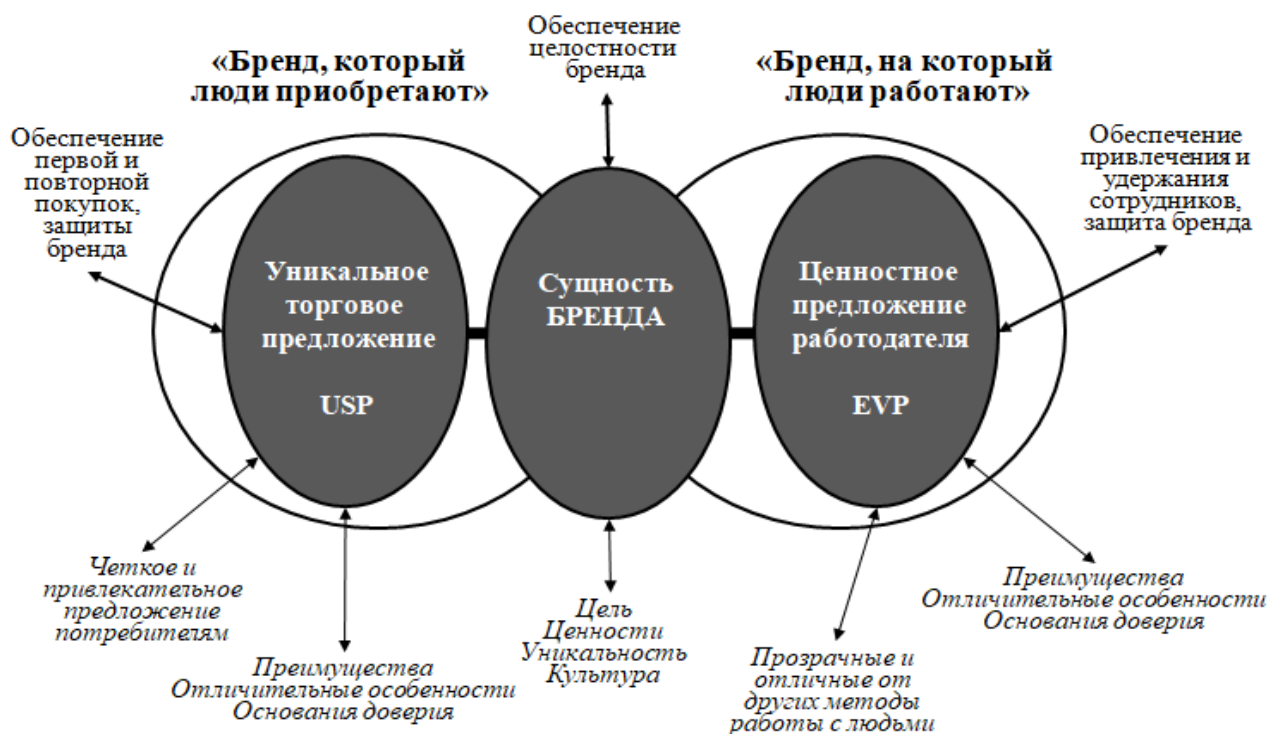


Рис. 2. Взаимосвязь потребительского бренда и HR-бренда

Разработка конкурентоспособного HR-бренда предполагает создание такого с нуля либо обновление (совершенствование) имеющегося. К задачам блока относятся: проведение аудита HR-

бренда, выявление его слабых позиций, их устранение, изучение внешнего и внутреннего рынка труда, определение их текущих тенденций, анализ изменившихся ценностей и привычек соискателей и занятого на предприятии персонала, выявление и изучение целевой аудитории, анализ таких показателей как: текучесть кадров, удовлетворённость персонала и др., исследование HR-брендов конкурентов и смежных предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности Оренбургской области.

В самостоятельный этап формирования модели HR-маркетинга вынесено **построение HR-бренда как отражения реальной корпоративной культуры и кадровой политики предприятия**. В фундамент проведения такого процесса как HR-брендинг важно заложить систему убеждений, ценностей и ожиданий, определяющих нормы поведения и коммуникаций на предприятии, его миссию и цели, а также символы (логотипы, традиции, ритуалы и др.) и культуру труда. В качестве опоры данного проекта рационально использовать действующую кадровую стратегию, т.к. в целях достижения максимального эффективного результата HR-бренд должен стать ее зеркалом, а не «мыльным пузырем». Обман ожиданий кандидатов при найме приведет к обратной реакции: росту недоверия к работодателю и причинению ущерба репутации компании.

Формирование уникального ценностного предложения работодателя (EVP), выраженное в короткое предложение, которое объясняет кандидатам, чем работодатель отличается от других на рынке труда, и почему стоит сделать выбор в его пользу. Каждое предприятие обладает уникальностью, нужно это найти и правильно интерпретировать. EVP включает три основных уровня: базовые ожидания (зарплата, премии, соцльготы), возможности (обучение, перспективы карьерного и профессионального роста, участие в амбициозных проектах), ценности (эмоциональный уровень, ощущение причастности к успеху предприятия). На этом этапе целесообразно применять креативный подход, но при этом главными критериями будут ясность и четкость донесения идеи до целевой аудитории.

Важным этапом является **популяризация ценностного предложения работодателя и его внедрение во все каналы внешних коммуникаций**. EVP в данном случае выступает неким «ключом», помогающим HR-службе «поймать» соответствующую параметрам «рыбку». EVP позволяет добиться единого посыла в коммуникациях с внешней аудиторией. В каждой точке контакта важно говорить об одной идее, чтобы это послание отложилось в сознании потенциального кандидата. Чем EVP-слоган известнее, тем лучше. Если этому этапу не уделять внимание, восприятие HR-бренда в любом случае сформируется, но, скорее всего, оно не будет таким, каким желаете его видеть.

Продвижение HR-бренда может происходить через различные каналы, разными способами. Инструментарий для этого достаточно велик, главное, делать это профессионально и последовательно. К примеру, через SMM и социальные сети, аккаунт HR-специалиста (рекрутера, ресёчера), карьерные сайты (лендинги, корпоративные порталы), job-сайты, реферальные программы, ярмарки вакансий, профмастер-классы, контент на других ресурсах (экспертов, работников), СМИ, лидогенерацию, таргетированную и контекстную рекламу, email-рассылки, SEO-оптимизацию, амбассадоров HR-бренда. Немаловажно, создание качественного контента (текстов, иллюстраций, видеороликов) о предприятии, достижениях работников, ярких личностях, знаменательных фактах, интересных новостях. Колоссальное место в продвижении HR-бренда и формировании лояльности к нему играет сотрудничество с образовательными учреждениями (вузами, сузами, школами). Этот блок включает: встречи со студентами и школьниками, участие в профильных конференциях, днях открытых дверей, выставках, проведение экскурсий, прохождение практик, оплачиваемое ученичество. Имеет смысл применение наружной визуальной рекламы (led-экранов, билбордов, баннеров, лайт-боксов, флаеров и др.).

Важно осуществлять **поиск других рычагов влияния внешнего HR-маркетинга** и эффективно их применять на практике. К примеру, создание программы корпоративной социальной ответственности, оказание меценатской, спонсорской, филантропической поддержки, иных видов благотворительности, в т.ч. различной помощи пожилым людям, инвалидам, детским домам, а также участие в экологических и общественных проектах.

Особую роль в моделировании HR-маркетинга на предприятии играет **комплектование и систематизация его арсенала на внутреннем рынке рабочей силы**, где удовлетворение потребностей занятого персонала приводит к повышению эффективности самого предприятия. Так, работа проводит-

ся в следующих направлениях: повышение уровня лояльности к HR-бренду, формирование сервис- и клиентоориентированного подхода к персоналу, развитие и продвижение корпоративной культуры, актуализация миссии, целей и ценностей предприятия, выстраивание эффективной системы коммуникации, обратной связи, адаптации (включая онбординг), мотивации и стимулирования, обучения и развития персонала (проведение обучающих семинаров, тренингов), возможности карьерного и профессионального роста, развитие и удержание талантов, признание и вознаграждение достижений, расширение границ ответственности, благоприятный климат, корпоративные мероприятия (деловые: совещания, конференции, презентации, брифинги; развлекательные и командообразующие: тимбилдинги, квесты, игры, вечеринки, квизы), введение well-being программ (юридическая поддержка, психологическая помощь, ДМС, абонементы в спортзал) и др.

Завершающим этапом становится **осуществление постоянного контроля эффективности действия HR-маркетинга**. Побеждает предприятие, которое выбирает стратегический подход к формированию модели HR-маркетинга.

Список источников

1. Официальный портал Правительства Оренбургской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://orenburg-gov.ru/> (03.12.2024)
2. Официальный сайт министерства сельского хозяйства, торговли, пищевой и перерабатывающей промышленности Оренбургской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mcx.orb.ru/> (03.12.2024)
3. Официальный сайт министерства экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mineconomy.orb.ru/> (03.12.2024)
4. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации : стратегия, маркетинг, интернационализация : учеб. пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – М. : ИНФРА-М, 2024. – 301 с. – ISBN 978-5-16-006649-3.
5. Вукович, Г. Г. Формирование маркетингового каркаса системы управления персоналом : теоретико-методические аспекты обеспечения стабильности бизнес-процессов / П. И. Лукашук, Д. Н. Береснев, Г. Г. Вукович, А. В. Островская // Экономика устойчивого развития, 2024. – №2(58). – С. 147-150.
6. Демьянченко, Н. В. Маркетинг персонала как ключ к повышению конкурентоспособности российских предприятий в современных условиях / Н.В. Демьянченко, А.М. Сафронов // Международные тенденции науки и образования : материалы XXXV Междунар. науч. конф. – Самара: НИЦ LJournal, 2018. – С. 19-22.
7. Капустин, П. П. Формирование и развитие бренда работодателя как элемента корпоративной стратегии маркетинга персонала современных организаций / П. П. Капустин // Экономика устойчивого развития – 2020. – № 4. – С. 91-96.
8. Чумаченко, Г.В. Тенденции развития маркетинга персонала как базиса формирования стратегического потенциала компании / Г. В. Чумаченко // Инновационное развитие экономики, 2022. – № 5 (71). – С. 186-190.
9. Лобанова, В. В. Маркетинг персонала как элемент корпоративной стратегии современного предприятия / В. В. Лобанова // Экономика и предпринимательство, 2014. – № 4 (ч. 1). – С. 381-386.
10. Шестакова, Е. В. HR-маркетинг как инструмент реализации кадровой политики предприятия / Е. В. Шестакова // Развитие науки и технологий в современной России (шифр - ВКРН) : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 18 марта 2024 г. – Москва : Изд-во Академическая среда, 2024. – С. 17-21.
11. Шестакова, Е. В. Формирование модели HR-бренда предприятия в системе управления человеческими ресурсами : монография / Е. В. Шестакова, М. В. Хомидова. – Москва : Креативная экономика, 2020. – 162 с.
12. Бурдюгова, О. В. Маркетинг персонала в организации: основные направления и функции / Бурдюгова О. В., Коркешко О. Н., Прытков Р. М. // Инновационная наука, 2016. – №. 4-1 (16). – С. 64-67.

УДК 330

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

МАЛЕТИН НИКИТА ИГОРЕВИЧ

магистрант

ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

к.т.н., доцент

ОЧУВО «Московский инновационный университет»

Аннотация: В современном мире успешное развитие любой организации невозможно без формирования положительного имиджа и эффективной имиджевой политики. В связи с этим возникает необходимость оценки эффективности этих процессов.

Ключевые слова: Имидж организации, методы и подходы, сравнение, анализ, шкала оценки.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF AN ORGANIZATION'S IMAGE POLICY

Maletin Nikita,**Popov Sergey Anatolyevich**

Abstract: In the modern world, the successful development of any organization is impossible without the formation of a positive image and an effective image policy. In this regard, there is a need to evaluate the effectiveness of these processes.

Keywords: The image of the organization, methods and approaches, comparison, analysis, evaluation scale.

1. Теоретические основы оценки эффективности имиджевой политики организации

1.1. Понятие и структура имиджа организации

Имидж организации — это совокупность представлений, образов и ассоциаций, связанных с организацией в сознании целевых аудиторий. Структура имиджа включает внешний и внутренний имидж. Внешний имидж — это образ организации, который формируется в общественном сознании через СМИ, рекламу, PR-кампании и другие внешние коммуникации. Внутренний имидж — это представление сотрудников об организации, их отношение к ней и своей работе.

1.2. Роль и значение имиджевой политики в деятельности организации

Имиджевая политика — это комплекс мероприятий, направленных на формирование и поддержание положительного имиджа организации. Она включает разработку стратегии позиционирования, управление репутацией, взаимодействие со СМИ и целевыми аудиториями.

1.3. Методы и подходы к оценке эффективности имиджевой политики

Для оценки эффективности имиджевой политики используются различные методы и подходы. К ним относятся:

- анализ статистических данных (например, количество упоминаний в СМИ, уровень узнаваемости бренда);
- опрос и анкетирование целевых аудиторий (оценка удовлетворённости клиентов, лояльность сотрудников);
- экспертные оценки (анализ качества PR-кампаний, оценка работы PR-агентств).

2. Анализ существующих методик оценки эффективности имиджевой политики организации

2.1. Методика анализа имиджа организации

Методика анализа имиджа организации включает следующие этапы:

- определение ключевых факторов, влияющих на имидж организации;
- сбор и анализ информации о восприятии организации целевыми аудиториями;
- сравнение полученных данных с ожиданиями и целями организации.

2.2. Методика оценки эффективности имиджевой политики

Методика оценки эффективности имиджевой политики организации включает следующие этапы:

- определение критериев и показателей оценки;
- сбор и анализ данных о реализации имиджевой политики;
- расчёт показателей эффективности и определение уровня достижения целей.

2.3. Сравнительный анализ существующих методик

Сравнительный анализ существующих методик оценки эффективности имиджевой политики показал, что они имеют ряд общих черт:

- комплексный подход к оценке имиджа организации;
- учёт различных аспектов имиджевой политики (внешнего и внутреннего имиджа, взаимодействия с целевыми аудиториями).

3. Разработка методики оценки эффективности имиджевой политики организации

3.1. Определение критериев и показателей оценки

Критерии оценки эффективности имиджевой политики должны учитывать следующие аспекты:

- соответствие имиджа организации её целям и стратегии развития;
- уровень удовлетворённости целевых аудиторий;
- эффективность взаимодействия с целевыми аудиториями.

Показатели оценки могут включать:

- уровень узнаваемости бренда;
- уровень лояльности целевых аудиторий;
- уровень удовлетворённости клиентов;
- уровень удовлетворённости сотрудников.

3.2. Формирование шкалы оценки эффективности имиджевой политики

Шкала оценки эффективности имиджевой политики должна быть разработана с учётом специфики организации и её целей. Она может включать следующие уровни:

- высокий уровень эффективности (организация успешно достигает своих целей и задач);
- средний уровень эффективности (организация имеет некоторые проблемы в формировании имиджа, но они не являются критическими);
- низкий уровень эффективности (организация нуждается в серьёзной корректировке своей имиджевой политики).

3.3. Апробация разработанной методики на примере конкретной организации

Апробация разработанной методики оценки эффективности имиджевой политики должна проводиться на основе реальных данных и показателей организации. Это позволит проверить её работоспособность и выявить возможные недостатки.

4. Практическое применение методики оценки эффективности имиджевой политики организации

4.1. Сбор и обработка данных для проведения оценки

Сбор и обработка данных для проведения оценки эффективности имиджевой политики организации включает:

- сбор информации о восприятии организации целевыми аудиториями (опросы, анкетирование, анализ отзывов);
- сбор данных о реализации имиджевой политики (бюджет, мероприятия, результаты PR-кампаний).

4.2. Расчёт показателей и определение уровня эффективности имиджевой политики

Расчёт показателей эффективности имиджевой политики проводится на основе собранных дан-

ных и критериев оценки. Уровень эффективности определяется путём сравнения полученных показателей с установленными критериями.

4.3. Интерпретация результатов оценки и разработка рекомендаций по улучшению имиджевой политики

Интерпретация результатов оценки эффективности имиджевой политики позволяет определить сильные и слабые стороны имиджа организации, а также разработать рекомендации по улучшению имиджевой политики. Рекомендации могут включать:

- корректировку стратегии позиционирования;
- изменение подходов к управлению репутацией;
- совершенствование взаимодействия со СМИ и целевыми аудиториями.

Оценка эффективности имиджевой политики организации является важным инструментом для определения сильных и слабых сторон имиджа компании, а также для разработки стратегии его улучшения. Разработанная методика позволяет проводить комплексную оценку эффективности имиджевой политики, учитывая различные аспекты и факторы, влияющие на формирование имиджа организации.

Список источников

1. Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. М.: Изд-во «Академический проект», 2011. - 346 с.
2. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров. М.: ИКФ «ЭКМОС», 2012. - 480 с.
3. Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум, Скотт М. Катлип Паблик рилейшнз. Теория и практика. / Пер. с англ. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2009. - 546 с.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2009. - 413 с.
5. Антипов К.В., Баженов Ю.К. Паблик рилейшнз. М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2011. - 148 с.
6. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. / Пер. с англ. - Ростов н./Д.: Изд-во «Феникс», - 2011. - 278 с.
7. Бодуан Ж.Ж. Управление имиджем компании. / Пер. с фр. - М.: Инфра-М, 2012. - 233 с.

УДК 004.8:330

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭКОНОМИКЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ВЫЗОВЫ

ПРИЛЕПСКАЯ ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА

к.э.н., доцент

СКОРОХОД СВЕТЛАНА АНДРЕЕВНА

студентка

ФГБОУ ВО "Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского"

Аннотация: В статье рассматривается роль искусственного интеллекта в современной экономике, анализируются его влияние на эффективность производственных процессов и инновационные разработки. Отмечается, что искусственный интеллект оказывает значительное воздействие на различные отрасли, способствуя оптимизации операций, снижению издержек и повышению качества обслуживания. В работе также обсуждаются вызовы и риски, связанные с внедрением интернет-технологий.

Ключевые слова: искусственный интеллект; экономика, инновации, внедрение, оптимизация

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE ECONOMY

Prilepskaya Yulia Vladimirovna,
Skorohod Svetlana Andreevna

Abstract: The article examines the role of artificial intelligence in the modern economy, analyzes its impact on the efficiency of production processes and innovative developments. It is noted that AI has a significant impact on various industries, contributing to optimizing operations, reducing costs and improving the quality of service. The paper also discusses the challenges and risks associated with the introduction of AI.

Key words: artificial intelligence; economics, innovation, implementation.

В современном мире экономика переживает период глубоких трансформаций, вызванных стремительным внедрением технологий искусственного интеллекта в различные отрасли бизнеса и производства. Искусственный интеллект представляет собой область информационных технологий, занимающуюся разработкой и внедрением компьютерных систем и программ, способных анализировать данные, извлекать знания и принимать решения на основе обучения и анализа [1, с.6-7].

Множество исследователей уделяют внимание роли искусственного интеллекта в экономике. Например, Е. А. Яковлева, А. Н. Виноградов, Л. В. Александрова, А. П. Филимонов в своей статье «Роль технологий искусственного интеллекта в цифровой трансформации экономики» отмечают, что ускорение процессов цифровой трансформации будет происходить за счет активного внедрения технологий искусственного интеллекта [2]. В своих исследованиях Д.А. Струнин, утверждает, что, в производственной сфере роботы с искусственным интеллектом способны автоматизировать сложные процессы, повышая тем самым эффективность и качество продукции.

В финансовой сфере искусственный интеллект используется для анализа рыночных данных и прогнозирования тенденций, помогая инвесторам принимать обоснованные решения. Интеграция искусственного интеллекта приводит к автоматизации многих процессов и задач. К примеру, чат-боты в сфере клиентского обслуживания могут стать первым контактом с клиентом, что позволяет снизить нагрузку на сотрудников и сократить время ожидания ответа. Однако этот процесс также вызывает дис-

куссии о возможном сокращении рабочих мест, которые ранее требовали ручного вмешательства. Искусственный интеллект используется для создания персонализированных взаимодействий с клиентами.

Рекомендательные системы на основе искусственного интеллекта анализируют данные о поведении клиентов, их предпочтениях и истории покупок, предоставляя индивидуальные рекомендации о товарах и услугах. Это позволяет компаниям улучшить взаимодействие с клиентами и увеличить продажи [1, с.6-7].

Искусственный интеллект начал активно развиваться в России на государственном уровне с 10 октября 2019 года. Это было закреплено в Указе Президента Российской Федерации «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». В этом документе были определены направления развития искусственного интеллекта в контексте обеспечения национальных приоритетов, а также принято решение о разработке федерального проекта «Искусственный интеллект».

По оценкам экспертов, уровень внедрения искусственного интеллекта в экономику страны составляет около 20%. В 2023 году объем прямых инвестиций в эту сферу достиг 19,0 млрд рублей (табл. 1).

Таблица 1

Размер инвестиций в ИИ-рынок РФ, в млрд руб.

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.	2024г.	2025г.	2026г.	2027г.	2028г.	2029г.	2030г.
Размер вложений	9,0	11,0	14,0	17,0	19,0	21,0	29,2	41,0	57,0	79,0	110,0	154,0

Анализ данных, представленных (табл. 1) о размерах инвестиций в рынок интернет-технологий в Российской Федерации за период с 2019 по 2030 годы, демонстрирует устойчивый и значительный рост вложений в данный сектор. Начиная с 9,0 млрд руб в 2019 году, уровень инвестиций вырос более чем в 17 раз к 2030 году, когда ожидается достижение 154,0 млрд руб.

Таким образом, прогнозируемый рост инвестиций в данное направление в России создает благоприятные предпосылки для активного развития технологий, повышения инновационного потенциала и адаптации экономики к вызовам будущего. Уже сейчас насчитывается 450 компаний, работающих в различных сферах и использующих технологии искусственного интеллекта (табл. 2).

Таблица 2

Применение AI-технологий в различных отраслях экономики предприятий, в % на 2023 г

Показатели	Логистика	Здравоохранение	Промышленность	Сельское хозяйство	Строительство
Уже применяют AI	18	16	16	12	3
В планах использовать AI	30	34	33	37	32
Не используют AI	53	51	51	51	65

Как видно из таблицы, наибольшая доля по применению технологий искусственного интеллекта в сфере логистики, в планах увеличить использование данных технологий в сельском хозяйстве, и на данный момент совсем не используют в сфере строительства. Стоит учесть пример из реального сектора экономики. Так компания «Газпром нефть», применяя технологии искусственного интеллекта, сумела значительно сократить затраты на обустройство скважин, решает сложные задачи безопасной логистики по Северному морскому пути и ряд других задач [3].

В настоящее время искусственный интеллект оказывает значительное влияние на экономику, и в дальнейшем эта тенденция будет только усиливаться. Рассмотрим, как именно искусственный интеллект воздействует и будет воздействовать на развитие современной экономической системы.

Автоматизация производственных процессов и обслуживание клиентов: искусственный интеллект способен значительно ускорить и оптимизировать процессы производства, управления запасами и логистики. Кроме того, он может предоставлять более эффективное обслуживание клиентам посредством автоматизации чат-ботов и систем поддержки.

В процессе улучшения прогнозирования и принятия решений искусственный интеллект способен анализировать большие объёмы данных и составлять прогнозы, что помогает компаниям принимать более обоснованные решения в области стратегии, финансов, маркетинга и других аспектов ведения бизнеса.

В ходе создания новых бизнес-моделей и продуктов искусственный интеллект способствует появлению новых направлений, таких как автономные автомобили, роботы-помощники, системы умного дома и другие. Это приводит к созданию новых рабочих мест и индустрий.

В таких условиях на первый план выходит глобальный аспект проблемы богатства и бедности в контексте устойчивости экономической системы, как ключевого фактора мировых структурных преобразований. [6, с.108]. Современные информационные процессы определяют характер влияния технологий искусственного интеллекта на экономический рост, благосостояние народа, вопросы богатства и бедности.

В Российской Федерации процесс информатизации, в разрезе регионов, сопровождается существенными диспропорциями, обусловленными значительным различием в уровне распределения цифровых дивидендов, что в условиях достижения устойчивости экономических систем предопределяет актуальность данного исследования. [7, с.80].

Также применение искусственного интеллекта может значительно повысить производительность, оптимизировать использование ресурсов и сократить затраты на рабочую силу. Кроме того, нейронные сети принимают решения в маркетинге. Искусственный интеллект может автоматически совершать сделки на фондовых рынках и следить за текущими условиями рынка, анализировать данные и принимать решения о покупке или продаже ценных бумаг без участия человека [4].

Однако, несмотря на все преимущества использования искусственного интеллекта в экономическом прогнозировании, существуют серьёзные проблемы, связанные с доступностью и качеством данных, а также с сложностью алгоритмов.

Для того чтобы искусственный интеллект мог делать точные прогнозы, ему необходим доступ к качественным и достаточным объёмам информации. Недостаток или низкое качество данных могут исказить результаты анализа и снизить точность прогнозов.

Кроме того, сложность алгоритмов может стать препятствием для их успешного внедрения, поскольку их работа может быть сложной для понимания специалистов. Это создаёт проблемы с прозрачностью и интерпретируемостью результатов, что крайне важно для установления доверия к прогнозам со стороны политиков и других заинтересованных сторон.

Для преодоления этих проблем и максимального использования преимуществ искусственного интеллекта в экономическом прогнозировании необходимо сосредоточиться на улучшении доступности и качества данных, разработке более простых и понятных алгоритмов, а также на обеспечении прозрачности и интерпретируемости моделей искусственного интеллекта. Это поможет укрепить доверие к прогнозам, сделанным с помощью искусственного интеллекта, и повысить их признание и использование в политической практике.

Таким образом, анализ влияния искусственного интеллекта на политические, экономические и демографические процессы позволяет сделать вывод о значительном потенциале этой технологии для улучшения процесса принятия решений в различных сферах. Она позволяет анализировать и интерпретировать огромные объёмы данных гораздо быстрее и глубже, чем это возможно для человека, открывая новые возможности для оптимизации процессов и формирования эффективной политики [5].

Мы находимся на пороге новой эры, где искусственный интеллект становится не просто инструментом, но и ключевым партнёром в бизнесе. В будущем экономика будет определяться не только технологическими инновациями, но и способностью компаний и общества адаптироваться к быстрым изменениям. Искусственный интеллект открывает перед нами новые перспективы, и наша способность к инновациям и эффективному управлению этими перспективами будет определять успех нашей экономики в будущем [1, с.7].

В заключение, искусственный интеллект выступает как один из ключевых факторов, трансформирующих современные экономические системы и процессы. Его внедрение в различные сферы эко-

номики способствует повышению эффективности, автоматизации рутинных операций и оптимизации управления ресурсами. Искусственный интеллект не только улучшает производственные процессы и увеличивает прибыль компаний, но и создает новые возможности для инноваций, что в свою очередь становится двигателем экономического роста.

Тем не менее, наряду с очевидными преимуществами, использование искусственного интеллекта порождает и значительные вызовы, включая вопросы этики, защиты данных и влияния на рынок труда. Эти аспекты требуют внимательного исследования и разработки соответствующих нормативных рамок, чтобы обеспечить сбалансированное и устойчивое развитие, учитывающее интересы всех участников экономической сферы.

Таким образом, роль искусственного интеллекта в экономике определяется не только его потенциалом для трансформации производственных и управленческих процессов, но и необходимостью комплексного подхода к его интеграции в экономическую практику. Для достижения максимальной эффективности и минимизации рисков потребуются сотрудничество между государственным и частным секторами, а также активное участие научного сообщества в разработке новых решений и стандартов.

Список источников

1. Струнин Д. А. Роль и влияние искусственного интеллекта на современную экономику / Д. А. Струнин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 32 (479). — С. 6-7. — URL: <https://moluch.ru/archive/479/105366/>
2. Роль технологий искусственного интеллекта в цифровой трансформации экономики / Е. А. Яковлева, А. Н. Виноградов, Л. В. Александрова, А. П. Филимонов // Вопросы инновационной экономики. — 2023. — Т. 13, № 2. — С. 707-726. — DOI 10.18334/vines.13.2.117710
3. Роль искусственного интеллекта в оценке рисков экономики России / Н. Н. Ярошенко, Д. С. Заруба, А. Л. Унанов, Д. С. Догадина // Вестник Академии знаний. — 2024. — № 3(62). — С. 537-539. — EDN IWEASA. (Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=68643993>)
4. Роль искусственного интеллекта в современной экономике / В. М. Рогожин, И. К. Ерепов, А. О. Черкасов, Е. А. Угланов // Военно-экономический вестник. — 2023. — № 1. — С. 7-10. — EDN KDWGEN. (Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54781357>)
5. Шершнева, Е. С. Роль и влияние искусственного интеллекта в экономике / Е. С. Шершнева, А. А. Бажина // Цифровая экономика и онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия: Материалы IV Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 28 мая 2024 года. — Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2024. — С. 72-75. — EDN GTSIZP. (Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=72801637>)
6. Прилепская Ю.В., Горощенко В.В. Глобальный аспект богатства и бедности в контексте человеческих потребностей [Текст] / Ю.В. Прилепская, В.В. Горощенко // Индустриальная экономика. - Вологда, 2024, № 2. с. 108-114 (Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=66184412>)
7. Луценко Е.А., Прилепская Ю.В. Цифровое неравенство в разрезе регионов РФ: проблемы и пути преодоления межрегионального дисбаланса [Текст] / Е.А. Луценко, Ю.В. Прилепская // Сборник «Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: теоретико-методологические и прикладные аспекты. Материалы Всероссийского научно-практического круглого стола». - Донецк, 2024. С. 80-82 (Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=68605790>)

УДК 330

АНАЛИЗ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РОССИИ И ИХ ВИДЫ

**ПУШКАРЕВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,
СИДОРЕНКО ВАЛЕРИЯ ВАЛЕНТИНОВНА,
ОВЧАРЕНКО АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА**

студенты Института экономики и управления
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»,
НИУ «БелГУ»

*Научный руководитель: Соловьева Наталья Евгеньевна,
доцент кафедры социальных технологий и государственной службы,
кандидат экономических наук, доцент,
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»,
НИУ «БелГУ»*

Аннотация: в данной научной статье проводится комплексный анализ особых экономических зон (ОЭЗ) в России, их роли в экономическом развитии страны и разнообразия видов. В работе рассматриваются ключевые аспекты создания и функционирования ОЭЗ, включая их основные цели, структуру, правовые и экономические механизмы. Были выделены и проведен сравнительный анализ видов ОЭЗ, действующие в России, такие как промышленно-производственные, технико-внедренческие, туристско-рекреационные и порто-франко. Анализируются проблемы, с которыми сталкиваются ОЭЗ в процессе своей деятельности, а также предлагаются рекомендации по их дальнейшему развитию и совершенствованию.

Ключевые слова: особые экономические зоны, технико-внедренческие зоны, туристско-рекреационные, портовые зоны.

ANALYSIS OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN RUSSIA AND THEIR TYPES

**Pushkareva Ekaterina Sergeevna,
Sidorenko Valeria Valentinovna,
Ovcharenko Anastasia Andreevna**

Scientific supervisor: Solovjeva Natalia Evgenievna

Abstract: This scientific article provides a comprehensive analysis of special economic zones (SEZs) in Russia, their role in the economic development of the country and the diversity of species. The paper examines the key aspects of the creation and functioning of SEZs, including their main objectives, structure, legal and economic mechanisms. A comparative analysis of the types of SEZs operating in Russia, such as industrial production, technical and innovation, tourist and recreational and port Franco, was identified and carried out. The article analyzes the successes and problems faced by SEZs in the course of their activities, as well as offers recommendations for their further development and improvement.

Keywords: special economic zones, technical and innovation zones, tourist and recreational, port zones.

Особые экономические зоны (ОЭЗ) в России представляют собой специальные территории, для которых функционируют определенные особые условия для ведения бизнеса. Эти условия включают налоговые льготы, упрощенный порядок регистрации и получения разрешительных документов, а также поддержку со стороны государства. Основной целью создания ОЭЗ является стимулирование экономического роста, привлечение иностранных и отечественных инвестиций, а также развитие высокотехнологичных отраслей экономики [1].

В России выделяются несколько видов ОЭЗ, каждая из которых имеет свои особенности и направлена на определенные виды деятельности. Одной из самых значимых категорий являются технопарки. Технопарки ориентированы на развитие инновационных технологий и научно-исследовательских работ. Инвесторы, работающие в области высоких технологий, имеют возможность пользоваться преимуществами таких зон, что способствует развитию не только самих технологий, но и формированию экосистемы для стартапов [2].

Индустриальные зоны представляют собой еще один важный вид ОЭЗ, которые предназначены в первую очередь для производства товаров и оказания услуг. Они обеспечивают товаропроводящие цепочки, минимизируя издержки благодаря наличию необходимой инфраструктуры и выгодному географическому положению. На таких территориях предприятия могут развивать производство, получая при этом налоговые льготы и поддержку местных властей.

Каждый вид ОЭЗ в России имеет свои уникальные характеристики и преимущества, которые способствуют созданию конкурентоспособной среды. Например, в технопарках акцент ставится на инновации, в индустриальных зонах — на оптимизацию производственных процессов, а в туристских зонах — на активацию досуга и привлечение туристов [3]. Поддержка государства становится решающим фактором в развитии этих зон, позволяя участникам уменьшить затраты и улучшить условия для ведения бизнеса.

Вопросы создания и функционирования ОЭЗ в России остаются актуальными, усовершенствования в законодательной и экономической сферах могут способствовать их дальнейшему росту и развитию. Основные выводы связаны с тем, что ОЭЗ являются важными механизмами для привлечения инвестиций, укрепления позиций России на международной арене и развития различных отраслей экономики.

В зависимости от целей и специфики, ОЭЗ могут быть классифицированы на несколько типов. Промышленные зоны предназначены для создания и развития промышленных предприятий. В таких зонах осуществляется стимуляция производственной деятельности за счет специальных налоговых режимов и субсидий. Такие меры способствуют повышению привлекательности региона для инвесторов и позволяют ускорить процесс насыщения рынка продукцией местного производства [4].

Технико-внедренческие зоны ориентированы на поддержку научно-исследовательских разработок и их внедрение в производство. Создание таких зон связано с необходимостью объединения научных и производственных ресурсов. В рамках технико-внедренческих зон предусмотрены налоговые льготы как на налоги на прибыль, так и на имущество. Это позволяет компаниям быстро адаптироваться к изменениям на рынке, внедряя инновационные решения и повышая конкурентоспособность своей продукции [2]. Особенно актуальны технико-внедренческие зоны в условиях быстрого научно-технического прогресса и необходимости повышения эффективности производства.

Туристско-рекреационные зоны нацелены на развитие туризма и создание инфраструктуры для его обслуживания. В таких зонах могут сосредотачиваться гостиницы, курорты, развлекательные комплексы и прочие объекты, способствующие повышению привлекательности регионе для туристов. Особые экономические условия позволяют участникам таких зон сокращать затраты на ведение бизнеса, что в конечном итоге приводит к росту туристического потока и улучшению качества предоставляемых услуг [2].

Портовые зоны создаются для поддержки морских торговых портов и сопутствующих им услуг. Они включают в себя терминалы для обработки грузов, зоны для складирования и логистические услуги. Развитие портовых зон может существенно увеличить товарооборот, а также информировать о величине протестированных товаров по всем основным направлениям мировой торговли. Участники таких зон могут рассчитывать на льготы, которые способствуют снижению издержек и увеличивают при-

влекательность работы с международными партнерами [4].

Каждый из этих типов особых экономических зон имеет свои особенности и цели, что делает их важными инструментами в рамках государственных стратегий развития. Важно отметить, что успех функционирования ОЭЗ зависит не только от предоставляемых льгот, но и от уровня инфраструктурного развития региона, квалификации рабочей силы и правового обеспечения. Комплексный подход к созданию и управлению специальными зонами позволяет добиться значительного эффекта как для отдельных отраслей, так и для экономики в целом

Промышленно-производственные зоны. В России функционирует 53 особых экономических зоны (ОЭЗ), из которых 34 представлены промышленно-производственными зонами. Это подтягивает к себе значительное внимание со стороны инвесторов и предпринимателей. Промышленно-производственные зоны предназначены не только для привлечения инвестиций, но и для повышения конкурентоспособности производства на выделенных территориях. Каждая из этих зон позволяет применять для бизнеса льготное налогообложение, а именно применение специальных налоговых режимов, но и привлекает иностранных и отечественных компаний для инвестирования [5].

Кроме того, промышленные зоны предлагают упрощение различных процедур регистрации, что сокращает временные затраты на открытие и запуск производства. Бизнес может адаптироваться к новым условиям быстрее и с меньшими затратами, что играет важную роль в условиях высокой конкуренции на рынке. Логистика и доступ к необходимым ресурсам также организованы более эффективно, что обеспечивает компаниям необходимые условия для стабильной работы [6].

На текущий момент на территории России действуют 11 ОЭЗ, специализирующихся на промышленном производстве. Эти зоны охватывают различные регионы страны, что позволяет распределить инвестиции более равномерно и развивать экономику менее развитых территорий [5].

Туристско-рекреационные особые экономические зоны (ОЭЗ) в России формируются с целью привлечения внимания к регионам, которые могут предложить уникальные туристические ресурсы и возможности для отдыха. Эти зоны учитывают особенности местной экономики и экологии, что позволяет строить стратегии развития на долгосрочной основе. Важно отметить, что создание таких зон ориентировано не только на привлечение туристов, но и на развитие местной инфраструктуры и улучшение качества жизни жителей.

В рамках ОЭЗ туристско-рекреационного типа акцент делается на развитие гостиничного и ресторационного бизнеса, спортивной инфраструктуры, а также объектов культурного и развлекательного назначения. Согласно информации от Министерства экономического развития, к целям таких зон можно отнести увеличение туристического потока, развитие регионального потенциала и улучшение инвестиционной привлекательности территорий [9]. Это отражает стратегический подход к управлению туристическим сектором и экономическим развитием на местах [8].

Классическими примерами туристско-рекреационных зон в России являются Сочи и Крым. Эти регионы становятся платформой для реализации масштабных туристических проектов, включая горнолыжные курорты, пляжный отдых и культурные мероприятия. Такой подход позволяет целенаправленно развивать инфраструктуру и открывать новые маршруты для путешественников. Развитие таких зон создает дополнительные возможности для взаимодействия между различными секторами экономики, способствуя интеграции курортов и гостиничного бизнеса [10].

Технико-внедренческие зоны (ТВЗ) – это особые экономические зоны, сформированные для стимулирования научно-технической деятельности и внедрения инновационных решений в промышленность. В настоящее время созданы 7 зон, которые имеют свои особенности и направлена на развитие определенных технологических направлений. Основная задача ТВЗ заключается в поддержке и реализации научных разработок, что подразумевает привлечение инвестиций и создание благоприятных условий для их коммерциализации.

Ключевыми направлениями работы технико-внедренческих зон являются не только высокие технологии, но и поддержка традиционных отраслей, таких как энергетика, фармацевтика и информационные технологии. Например, в одной из зон активно развиваются проекты по разработке и внедрению нового оборудования и технологий, которые способствуют снижению энергозатрат и увеличению эф-

фективности производства. Технологические партнерства, возникающие в рамках ТВЗ, способствуют обмену знаниями и наработками между исследовательскими институтами, вузами и производственными предприятиями, что создаёт дополнительные возможности для углубления научных исследований и их последующего применения в промышленности. Кроме того, участие университетов в подобных зонах может существенно повысить качество научных исследований и улучшить подготовку кадров, что является важным аспектом для долгосрочного развития. Государственные инициативы по развитию технико-внедренческих зон включают создание совместных исследовательских проектов, формирование сетевого взаимодействия между компаниями и вузами, а также поддержку научных стартапов.

Портовые особые экономические зоны (ПОЭЗ) в России предназначены для активизации регионального развития и привлечения инвестиций. Основной целью создания этих зон является упрощение ведения бизнеса и предоставление конкурентных условий для компаний, занимающихся судостроительной, судоремонтной деятельностью и логистикой. Это создание актуально в контексте необходимости модернизации портовой инфраструктуры и повышения транзитного потенциала страны, что, в свою очередь, связано с глобальными экономическими процессами и изменениями на транспортных маршрутах.

Важный аспект ПОЭЗ — это поддержка депрессивных и удаленных регионов, где существующие экономические условия требуют особых мер для интенсификации развития. Портовые зоны помогают не только сохранить занятость, но и создать новые рабочие места, что важно для социально-экономической стабильности соответствующих территорий [11]. Эти зоны, как правило, располагаются в стратегически важных местах, обеспечивая доступ к необходимым ресурсам и глобальным торговым маршрутам [12].

Портовые особые экономические зоны России предстают как инструмент, способствующий не только экономическому росту, но и развитию портовой логистики, что не может быть достигнуто без грамотного управления и координации инициатив. Соответствующие меры по вовлечению новых технологий и компаний могут значительно ускорить процесс обновления флота и инфраструктуры портов, повысив конкурентоспособность российских морских перевозок на международной арене.

В ситуации нестабильности на глобальных рынках, ОЭЗ предоставляют уникальную возможность адаптироваться к изменяющимся условиям. Они позволяют быстро реагировать на изменения экономической ситуации и применять гибкие бизнес-модели, что является неопределимым преимуществом для компаний, стремящихся к выживанию и развитию.

В заключение нашего исследования особых экономических зон (ОЭЗ) в России можно сделать несколько ключевых выводов, которые подчеркивают значимость и многообразие этих территорий в контексте экономического развития страны. ОЭЗ представляют собой важный инструмент государственной политики, направленный на привлечение инвестиций, создание новых рабочих мест и развитие инфраструктуры в различных регионах. Их существование и функционирование способствуют не только экономическому росту, но и социальному прогрессу, что делает их актуальными для анализа и дальнейшего изучения.

Список источников

1. Особая экономическая зона (Россия) [Электронный ресурс] // ru.wikipedia.org - Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/особая_экономическая_зона_\(россия\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/особая_экономическая_зона_(россия)).
2. ОЭЗ - виды и цели особых экономических зон [Электронный ресурс] // investinkaliningrad.ru - Режим доступа: <https://investinkaliningrad.ru/media/media/stati/osobaya-ekonomicheskaya-zona-igoty-i-preimushchestva-dlya-uchastnikov/>, свободный.
3. Виды особых экономических зон (ОЭЗ): понятие и ... [Электронный ресурс] // sezdobrograd.com - Режим доступа: <https://sezdobrograd.com/blog/vidy-osobykh-ekonomicheskikh-zon/>.
4. Статья 4. Типы особых экономических зон [Электронный ресурс] // www.consultant.ru - Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_54599/2da217b21b5488c5cf04ad60a09144cb8f4cb46b/.

5. ОЭЗ промышленно-производственного типа [Электронный ресурс] // economy.gov.ru - Режим доступа:
https://economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitiye/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_e_konomichek_zony/oez_promyshlenno_proizvodstvennogo_tipa/.
6. Что такое промышленно-производственные ... [Электронный ресурс] // investinkaliningrad.ru - Режим доступа: <https://investinkaliningrad.ru/media/media/stati/promyshlenno-proizvodstvennye-ekonomicheskije-zony-01/>.
7. Особые экономические зоны [Электронный ресурс] // economy.gov.ru - Режим доступа:
https://economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitiye/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_e_konomichek_zony/.
8. Туристско-рекреационные особые экономические зоны [Электронный ресурс] // investinkaliningrad.ru - Режим доступа: <https://investinkaliningrad.ru/media/media/stati/oez-trt-02/>.
9. ОЭЗ туристско-рекреационного типа [Электронный ресурс] // www.economy.gov.ru - Режим доступа:
https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitiye/instrumenty_razvitiya_territoriy/osoby_e_konomichek_zony/oez_turistsko_rekreacionnogo_tipa/.
10. Что такое ОЭЗ туристско-рекреационного типа? [Электронный ресурс] // gdpquadrat.com - Режим доступа: <https://gdpquadrat.com/digest/instrument-razvitiya/oez-turistsko-rekreacionnogo-tipa/>.
11. Портовые ОЭЗ [Электронный ресурс] // economy.gov.ru - Режим доступа:
<https://economy.gov.ru/ma>.
12. Создание портовой особой экономической зоны (ПОЭЗ ... [Электронный ресурс] // investinkaliningrad.ru - Режим доступа: <https://investinkaliningrad.ru/media/media/stati/portovye-ekonomicheskije>.
13. Что такое портовые ОЭЗ (ПОЭЗ) | Ступино квадрат [Электронный ресурс] // gdpquadrat.com - Режим доступа: <https://gdpquadrat.com/digest/instrument-razvitiya/portovye-oez-poez>.
14. Основные преимущества и недостатки особых ... [Электронный ресурс] // gdpquadrat.com - Режим доступа: <https://gdpquadrat.com/digest/instrument-razvitiya/osnovnye-preimushchestva-i-nedostatki-osobykh-ekonomicheskikh-zon/>.

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 811.133.1

АББРЕВИАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

ХУРТИНА ДИАНА ВИТАЛЬЕВНА

студент

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского»

Научный руководитель: Лесик София Георгиевна

к.пс.н., доцент

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского»

Аннотация: в статье рассматриваются французские аббревиатуры и сокращения в цифровом общении, их влияние на взаимодействие между языками и культурами. Исследование данной темы способствует более глубокому пониманию динамики межкультурной коммуникации в современном мире и подчеркивает важность адаптации к культурным особенностям в процессе общения.

Ключевые слова: аббревиатура, сокращение, акроним, коммуникация, Интернет, французский язык.

ABBREVIATION AS A PHENOMENON OF INTERCULTURAL COMMUNICATION ON THE INTERNET

Khurtina Diana Vitalyevna*Scientific adviser: Lesik Sofia Georgievna*

Abstract: the article discusses French abbreviations and acronyms in digital communication and their impact on the interaction between languages and cultures. The research of this topic enhances the understanding of the dynamics of intercultural communication in the modern world and highlights the importance of cultural adaptation in the communication process.

Keywords: abbreviation, reduction, acronym, communication, Internet, French.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью исследования особенностей функционирования языка интернет-коммуникации. В современном коммуникативном пространстве появляются новые формы общения, которые требуют анализа и описания в контексте теории речевого общения, теории речевых жанров.

Интернет-коммуникация, благодаря своей высокой скорости передачи информации, анонимности, доступности и безопасности, становится не только средством получения знаний, но и платформой для общения. Можно выделить следующие формы виртуального общения: конференции, чаты, форумы, гостевые книги, электронная почта, ICQ, блоги.

По мнению Л.Ю. Щипициной, отличительные черты такого вида коммуникации заключаются в их различии от общения лицом к лицу, особенно в отсутствии полноценного обмена невербальными сигналами. Лариса Юрьевна подчеркивает следующие особенности Интернет-коммуникации:

1) данный тип коммуникации использует самые различные способы кодирования сигнала (хотя приоритет принадлежит визуальному);

2) она имеет аналоги среди некоторых других предшествующих форм коммуникации [1, с. 59].

В процессе виртуальной интернет-коммуникации происходит соприкосновение многих культур. Для удобства общения и адекватности восприятия происходит распространение элементов письменной культуры (смайликов, акронимов, аббревиатур), в текстах электронных публикаций, в стилевом оформлении пользовательского интерфейса веб-сайтов [2, с. 126]. В неформальных ситуациях, например, при общении с друзьями и родственниками, сокращения употребляют более свободно, в то время как в более официальных ситуациях их применение носит ограниченный характер. Сокращения в письменной речи являются очень популярным явлением в наши дни. По мнению Е. Н. Галкина говорит о том, что «аббревиатуры способствуют упорядочению информации в коммуникативных целях, что приводит к усилению их значимости для некоторых языковых элементов и обеспечивает их потребность в общении. Зачастую именно в разговорной речи опущение некоторых малозначимых деталей никак не влияет на понимание смыслового содержания того или иного фрагмента речи. А некоторые длинные предложения вообще заменяются короткими» [3, с.17].

Аббревиация – образование новых слов путем сокращения (усечения основы). В результате создаются слова с неполной, усеченной основой (или основами), называемые аббревиатурами.

В.Г. Гак, рассматривает сокращения (усечения) в русском языке как формальный признак конверсии, во французском - как способ создания новой стилистической окраски [4, с.235]. В то время как В.В. Борисов понимает под аббревиатурой букву или короткое сочетание букв, имеющих алфавитное сходство с исходным словом или выражением и используемых вместо этого слова или выражения для краткости [5, с.130].

По способу произношения сокращения делятся на алфавитизмы и акронимы. Алфавитизмы представляют собой инициальные аббревиатуры, произносящиеся по начальным буквам каждого слова. Например, DG - Directeur Général - генеральный директор. Акронимы же, в свою очередь отличаются от алфавитизмов тем, что это слово, образованное с помощью сочетания первых слогов слов-компонентов, которые произносятся слитно. Например, Cerema - Centre d'études et d'expertise sur les risques - Центр исследований и изучения рисков.

Л.А. Новикова классифицирует сокращения в сети Интернет следующим образом:

1. Сокращения по первым буквам.
2. Комбинированные сокращения.
3. Сокращения с использованием знаков [2, с. 130].

В качестве примеров сокращений по первым буквам (их также называют графическими) можно привести такие как: BAP – bon après-midi – добрый день/хорошего дня, BN – bonne nuit – спокойной ночи.

Комбинированные сокращения включают в себя замену слогов цифрами или буквами: b1sur – bien sûr – конечно, a2m1 – à demain – до завтра. Можно сказать, что с помощью всего одной цифры без каких-либо букв и символов возможно сократить целое слово. Во французском цифра 1 заменяет неопределенный артикль мужского и женского рода (un, une). В остальных случаях цифры употребляются только с буквами алфавита.

К сокращениям с использованием знаков относятся: A+ - à plus tard – увидимся позже.

Еще одним способом формирования слов, встречающаяся исключительно во французском языке, является метатеза, или верлан. Слова образуются с помощью перестановки слогов. К примеру, meuf – femme – женщина, tel-hô – hôtel – отель.

Несмотря на разнообразие диахронических знаков во французском, даже в переписке они не остаются без внимания. Всего во французском языке выделяются 5 таких знаков:

1. Accent aigu – самый частый знак. Ставится только над буквой e - é.
2. Accent grave – ставится над тремя буквами – è, ù, à, но влияет на произношение только первой буквы. В случае последних двух он выполняет смыслообразующую роль.
3. Accent circonflexe – используется с буквами â, ê, ô, û, î. Он оказывает влияние на произношение первых трех букв; что касается двух последних, этот знак ставится согласно традиции вместо букв, исчезнувших в ходе исторического развития французского языка.

4. Tréma – ставится над буквами *ë, ù, ü, ï* и служит для обозначения того факта, что в данном случае не происходит образование дифтонга, а также другого звука.

5. Cédille – знак, который используют только с буквой *c* - ç, чтобы показать, что эта буква читается как [s] вне зависимости от буквы, которая следует за ней [6].

Их значение играет столь важную роль, что даже в этом формате, где принято максимально сокращать слова и использовать минимальное количество символов, их опускание практически не встречается. Это говорит о том, что эти знаки воспринимаются как неотъемлемая часть слов, даже когда речь идет о быстрой переписке.

Кроме того, данные знаки часто выполняют функцию замены окончаний, таких как *-er*, которые встречаются как у глаголов, так и у существительных. Это позволяет сохранить смысл слова, несмотря на сокращения.

Например:

- *exQzé* – это сокращение от *excuser*, что переводится как «простить» или «оправдывать».

- *aprè-mi10* – это вариант слова *après-midi*, означающего «полудни».

- *cê* – это сокращение от *ces*, что переводится как «эти».

Таким образом, знаки не только сохраняют смысл слов, но и делают текст более компактным и удобным для восприятия в условиях ограниченного пространства, характерного для переписок в сети Интернет.

Эволюция интернет-коммуникации способствует широкому использованию разговорных форм и элементов неформального языка, что особенно заметно в динамике диалогов. Например, в интернет-чатах часто можно заметить, как сокращения и акронимы используются для передачи эмоциональной окраски сообщений или для создания более тесного контакта между собеседниками. Такие формы общения становятся особенно важными в условиях многоязыковой и мультикультурной среды, где быстрая и понятная коммуникация приобретает первостепенное значение.

В условиях стремительного и неуклонного развития цифровой коммуникации социальные сети, такие как Telegram и ВКонтакте, занимают центральное место в нашей повседневной жизни, выступая в качестве основных платформ для общения и взаимодействия между людьми.

Во время личной переписки можно заметить такие сокращения и их примеры:

«**AMHA**, c'est une bonne idée». – «**Имхо**, это хорошая идея».

AMHA – À mon humble avis – на мой скромный взгляд/по-моему мнению/Имхо (табл. 1)

Данное сокращение представляет собой алфавитизм, так как произносится по начальным буквам. Чаще всего оно используется в неформальной переписке, чтобы выразить мнение с оттенком скромности. В русском языке есть аналог, заимствованный из английского от IMHO - in my humble opinion. Заимствование транслитерировали, и оно плотно укрепилось в языке, что можно увидеть не только при переписке, но и услышать в устной речи среди молодежи.

«Je reviens **AP**». – «Я вернусь **позже**».

AP – À plus – позже (табл. 1)

Это акроним, так как произносится слитно. Часто используется в разговорной речи и текстовых сообщениях для обозначения будущей встречи. Помимо этого, в переписке также нередко можно встретить вариант «**APLS**», переводящийся аналогично изначальному варианту. Однако, можно заметить, что первый вариант намного короче, соответственно, на него уйдет меньше времени при наборе сообщения и его отправки, что значительно сэкономит время и силы отправителя.

«**Bsr**, es-tu prêt pour le film?» – «**Добрый вечер**, ты готов к фильму?»

Bsr – Bonsoir – добрый вечер (табл. 1)

Это графическое сокращение, которое сохраняет звучание оригинала. Используется в неформальной переписке для приветствия.

«Je t'envoie des **biz!**» – «Посылаю тебе **поцелуйки!**»

Biz – bisous – целую/поцелуй (табл. 1)

Графическое сокращение, которое сохраняет эмоциональную окраску оригинала. Используется в основном в дружеском общении для выражения теплоты.

«T'es bizarre, **savara?**» – «Ты странный, **всё норм?**»

Savara – Ça va pas? – Все нормально? /Что-то не так? /Все ок? /Все в порядке? (табл. 1)

Это акроним, который используется для выражения заботы или интереса к состоянию собеседника. Широко применяется в неформальных беседах. В русском языке присутствует аналог в виде сокращенных слов **«норм»** от слова **«нормально»** и заимствования из английского языка **«OK»**. Вариант перевода «что-то не так?» часто сокращается до **«чет не так?»**.

«**SLT**, ça va?» – «**Прив**, как дела?»

SLT – Salut – привет (табл. 1)

Графическое сокращение, популярное в текстовых сообщениях. Позволяет быстро поздороваться в неформальной обстановке. В русском варианте существуют такие аналоги, как **«прив»** или же еще короче – просто **«пр»**.

«Regarde dans le **10ko**». – «Посмотри в **словаре**».

10ko – dictionnaire – словарь (табл. 1)

Это сокращение используется в контексте поиска информации. "10ko" указывает на количество слов, содержащихся в словаре. "10k" означает 10000 слов, а "ko" является сокращением от слова «кило», что в данном контексте указывает на количество. Довольно-таки распространенное комбинированное сокращение.

«On se voit **a2m1**». – «Увидимся **завтра**».

a2m1 – à demain – до завтра/завтра (табл. 1)

Это сокращение удобно для обозначения планов на завтра, часто используется в прощаниях.

«Je vais fumer une **6garett**». – «Я пойду покурю **сигарету**».

6garett – cigarette – сигарета (табл. 1)

Использование цифры "6" в слове "cigarette" делает его более кратким и удобным для написания. В дополнение в переписке на русском языке существуют еще и варианты употребления, подобные **«сига»** и **«сижка»**. Распространены в устной и письменной речи в онлайн-коммуникации среди молодежи.

«J'aime manger **fr8**». – «Мне нравится есть **фрукты**».

fr8 – fruit – фрукт (табл. 1)

Аналогично предыдущему варианту. Делает ответ более лаконичным, затрачивая меньше времени на набор сообщения.

«**Koi29?**» – «**Что нового?**»

koi29 – quoi de neuf – что нового? (табл. 1)

Его использование довольно-таки широко распространено во французском сегменте. Помимо этого, можно также встретить и такой вариант написания как **«QDN»**. В русском языке слово «что» при переписке может сокращаться до таких вариаций как **«че»** или же **«чо»**. Обе вариации имеют идентичный характер обозначения, так как в основном используются в неформальной обстановке при наборе сообщений, либо просто в устной речи.

Таблица 1

Список изученных аббревиатур и сокращений, их расшифровка и полное название, а также перевод и аналоги при переписке

Аббревиатура /сокращение	Расшифровка/полное название	Перевод/аналог при переписке (если имеется)
10ko	dictionnaire	словарь
6garett	cigarette	сигарета/сига/сижка
a2m1	à demain	до завтра/завтра
AMHA	À mon humble avis	По моему мнению/на мой взгляд/имхо
AP APLS	À plus	Позже
biz	<u>bisous</u>	целую

Аббревиатура /сокращение	Расшифровка/полное название	Перевод/аналог при переписке (если имеется)
bsr	Bonsoir	Добрый вечер
fr8	fruit	Фрукт
Koi29 QDN	Quoi de neuf?	Что нового? / Че/чо нового?
savapa	Ça va pas?	Все нормально? /Все норм? Что-то не так? /Чет не так? Все в порядке? /Все ок?
SLT	Salut	Привет/прив/пр

В ходе исследования было выявлено 13 аббревиатур и сокращений, использующихся в онлайн-коммуникации в сети Интернет. Среди них – 8 составили алфавитизмы, акронимы и графические сокращения, в то время как остальные 5 – оказались комбинаторными.

В Интернете часто можно заметить, как сокращения и акронимы используются для передачи эмоциональной окраски сообщений или для создания более тесного контакта между собеседниками. Такие формы обмена сообщениями становятся особенно важными в условиях многоязыковой и мультикультурной среды, где быстрая и понятная коммуникация приобретает первостепенное значение. В связи с этим, использование аббревиатур становится неотъемлемой частью повседневного общения в этих системах, так как они позволяют значительно повысить скорость и эффективность передачи информации в условиях многозадачной среды. В условиях постоянного потока информации и необходимости быстро реагировать на сообщения, аббревиация становится настоящим спасением. Благодаря ей пользователи могут быстро и лаконично выражать свои мысли, что особенно важно в условиях, когда время на ответ ограничено, а количество информации, которую необходимо обработать, постоянно растет. Таким образом, аббревиатуры не только упрощают коммуникацию, но и способствуют более эффективному взаимодействию в нашем динамичном цифровом мире.

Список источников

1. Щипицина Л.Ю. Компьютерно – опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: Издательство КРАСАНД, 2010. – 41, 59 с.
2. Новикова Л. А. Аббревиация как феномен межкультурной коммуникации в сети Интернет // Вестник Удмуртского Университета. 2013. Вып. 21. – 126, 130–131 с.
3. Галкина Е. Н. Перевод аббревиатур и акронимов на русский язык // Россия и Запад: диалог культур. М., 2005. С. 17.
4. Гак В. Г. Теория и практика перевода: Французский язык. СПб., 2000. – 235 с.
5. Борисов В. В. Аббревиация и акронимия / В. В. Борисов. - М., 1972. - с.38, 124–143.
6. Диакритические знаки [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.url: http://irgol.ru/frantsuzskij-alfavit/](http://irgol.ru/frantsuzskij-alfavit/). (Дата обращения: 05.01.2025).

© Д.В. Хуртина, 2025

УДК 811.133.1

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КИНОДИАЛОГОВ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ)

КАЧАКУЛЯН ИЗАБЕЛЛА АРТУРОВНА

студент

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского»

Научный руководитель: Лесик София Георгиевна

к.п.н., доцент

ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского»

Аннотация: в статье исследуются лексические аспекты перевода французских кинодиалогов, представленных в мультипликационных фильмах, на русский язык. Анализируются стратегии и приемы, используемые переводчиками для передачи смысловых и стилистических нюансов оригинальных реплик.
Ключевые слова: кинодиалог, кинотекст, мультипликационный фильм, лексические трансформации, адаптация.

LEXICAL PECULIARITIES OF TRANSLATION OF FILM DIALOGUES FROM FRENCH INTO RUSSIAN (ON THE EXAMPLE OF ANIMATED FILMS)

Kachakulyan Izabella Arturovna*Scientific adviser: Lesik Sofia Georgievna*

Abstract: the paper deals with the lexical aspects of translating French film dialogues presented in cartoons into Russian. The article analyses the strategies and techniques used by translators to convey the semantic and stylistic nuances of the original lines.

Keywords: cinema dialogue, cinema text, animated film, lexical transformations, adaptation.

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим интересом к анимационным произведениям и, как следствие, необходимостью совершенствования методологии их перевода. Лексические особенности перевода кинотекста с французского языка на русский остаются недостаточно изученными, особенно в контексте мультипликационных фильмов, где речь персонажей насыщена различными стилистическими приемами и идиоматическими выражениями. В связи с этим, данная работа, фокусируясь на анализе словесной специфики перевода, вносит вклад в изучение и развитие переводоведческой теории и практики.

Проблема исследования заключается в выявлении и систематизации лексических трансформаций при передаче кинодиалогов с французского языка на русский в мультипликационных фильмах, а также в анализе влияния этих особенностей на восприятие и интерпретацию текста целевой аудиторией.

Цель исследования заключается в изучении стратегий перевода лексических единиц текста ани-

мационного фильма. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические основы перевода кинодиалогов.
2. Выделить основные лексические трудности, возникающие при переводе анимационных фильмов с французского языка на русский.
3. Проанализировать стратегии и приемы, используемые переводчиками для точной передачи смысла оригинала.
4. Проанализировать и сопоставить исходный кинотекст с переведенным и классифицировать лексические изменения при передаче смысла на примере конкретного мультипликационного фильма.

Объектом исследования выступают субтитры мультфильма на переводящем языке и языке перевода, а именно материалы мультсериала «Леди Баг и Супер-Кот» («*Miraculous Ladybug*»). Произведение выбрано ввиду его растущей популярности.

Предметом исследования служат лексические стратегии и приемы, используемые при переводе мультсериала на русский язык.

Кино, как известно, стало «самым массовым искусством», формируя образцы поведения для современного человека. Кинематограф, а также его развитие – телевидение – являются источниками множества элементов художественной системы (цитат, аллюзий, упоминаний), используемых в повседневной речи. Язык кино представляет собой отдельный дискурс, изучение особенностей которого является предметом многих исследований в лингвистике. Г. Г. Слышкин отмечает, что кинотекст, в большей степени, чем обычный текст, включается в процесс межкультурной коммуникации [1, с.8].

Несмотря на то, что многие российские лингвисты до сих пор рассматривают перевод аудиовизуальных материалов как просто «стандартный текст», данный подход уже устарел и не соответствует реальности. Сегодня необходимо признать аудиовизуальный перевод отдельным видом перевода с собственными особенностями и методами. А. В. Козуляев подчеркивает необходимость специального подхода к аудиовизуальному переводу, рассматривая его как отдельную дисциплину, требующую уникальной методологии.

Аудио-медиаальный перевод характеризуется полисемантической и поликодовым характером, где переводчик должен учитывать не только сам текст, но и визуальные и смысловые элементы. Цель такого перевода — создать на языке-реципиенте новое полисемантическое единство, что требует глубокого анализа визуальных компонентов [2, с. 360].

Качественный перевод отражает как прямое (референциальное) значение слов, так и дополнительный смысл (коннотация). Важно определять цель перевода (скопос), чтобы выбирать правильные методы и стратегии. Переводчику необходимо обладать знаниями не только в лингвистике, но и в других областях, чтобы правильно интерпретировать визуальные и звуковые элементы.

Мультфильмы – это произведения кинематографического искусства, создаваемые посредством кадровой съемки нарисованных (графическая анимация) или кукольных (объемная анимация) объектов. Анимация влияет на восприятие языка, активно используя различные языковые средства. Персонажи мультфильмов формируют свой уникальный стиль общения, который зачастую становится узнаваемым культурным кодом. Многие цитаты из мультфильмов становятся крылатыми выражениями, проникая в различные языки. В качестве примера можно привести вирусную популярность фразы «*Tu ne dois laisser personne te mettre dans une boîte. Les seules limites que vous avez sont celles de votre âme*» (Ты не должен никому позволять загонять себя в рамки. Единственные твои рамки – твоя душа.) из мультфильма «Рататуй» (*Ratatouille*).

Опора только на словарные соответствия при переводе часто невозможна из-за уникальности языков. Для адекватной передачи смысла требуются переводческие трансформации, изменяющие структуру или заменяющие элементы текста. Таким образом, перевод становится не просто механическим процессом, а творческой деятельностью, требующей глубокого понимания как исходного, так и целевого языков.

Ключевым фактором успешной адаптации кинотекста является умелое применение переводчиком лексических трансформаций. Такие техники помогают точно передать смысл зрителю, а также дают переводчику возможность проявить свои творческие и профессиональные способности.

Обычно выделяют следующие типы лексических трансформаций: **конкретизация** (переход от общего к частному), **генерализация** (переход от частного к общему), **транскрипция** (звуковая форма иностранного слова), **транслитерация** (графическая форма), **калькирование** (частичный буквализм), **модуляция** (или прием смыслового развития), **экспликация** (описательный перевод), **компенсация смысла**, **антонимический перевод** (перевод с помощью противоположного понятия), **целостное преобразование** (изменение всего плана выражения), **вариантное соответствие** и **адаптация**.

«Леди Баг и Супер-Кот» (фр. *Miraculous Ladybug*) — это французский анимационный сериал, сочетающий в себе элементы фэнтези, романтики, комедии и супергеройского боевика. Несмотря на то, что он ориентирован на дошкольную и подростковую аудиторию, он также пользуется популярностью у взрослых, которые зачастую смотрят его вместе со своими детьми [3]. В центре сюжета лежит история двух подростков — Маринетт Дюпен-Чен и Адриане Агресте, ведущих двойную жизнь, превращаясь в супергероев Леди Баг и Супер-Кота. Они защищают Париж от злодеев, используя свои уникальные способности, при этом скрывая свои истинные личности друг от друга.

За основу исследования были взяты оригинальная озвучка и субтитры, произведенные администрацией группы в социальной сети «ВКонтакте», наименование которой — «BeMiraculous | Леди Баг и Супер-Кот». При переходе по ссылке под шапкой профиля можно обнаружить меню сообщества со всеми вышедшими эпизодами мультсериала (на данный момент — 5 сезонов и специальные выпуски) [4].

Рассматриваемый мультсериал по большей части несет эмоциональную и эстетическую нагрузку, хотя и содержит элементы когнитивной и оперативной информации. Транскрибированный кинотекст предоставлен на вики-хостинге *Fandom*, размещающем вики-сайты в основном на развлекательные темы. Использован лишь в научно-исследовательских целях [5]. Для сравнительного анализа была выбрана 17 серия 1 сезона под названием «Фараон» (*Le Pharaon*). Данная серия мультфильма отличалась высокой концентрацией разнообразной лексики, что создавало трудности при переводе. Выбор субтитрирования в качестве способа перевода немного облегчил задачу. Для обеспечения качественного перевода были использованы различные переводческие приемы.

Случаи использования транслитерации в данной серии единичны, хотя в мультфильме в целом используется как основной метод передачи французских имен и фамилий на русский язык. Так, имена собственные были переданы следующим образом: *Jalil Kubdel* — Джалил Кюбдэль; *Alix Kubdel* - Аликс Кюбдэль; *Alim Kubdel* — Алим Кюбдэль.

- *Salut les amis, ici Alya en mission pour le seul et unique Ladyblog! — Привет, друзья! С вами Алья, я веду репортаж для единственного и неповторимого «Ледиблога»!*

Фраза «en mission» (буквально «на миссии») заменена на «веду репортаж». Эта замена является **лексической**, поскольку она затрагивает конкретное слово или словосочетание. Переводчик выбрал более подходящий для контекста вариант, так как «en mission» может иметь более широкий смысл, включая тайные или секретные задания, в то время как «веду репортаж» точно указывает на деятельность Али в данном фрагменте - она сообщает новости для своего блога.

- *Ouvrez grand les yeux! Parce qu'on est en direct de Paris! — Не зевайте, ведь у нас прямой эфир из Парижа!*

Исходная французская фраза *Ouvrez grand les yeux!* (дословно: Откройте глаза пошире!) идиоматична и призывает к вниманию. Переводчик передал это значение фразой «Не зевайте!», которая имеет аналогичную функцию в русском языке, хоть и является другим выражением, выполнив целостное преобразование предложения.

То же самое происходит и со следующим предложением: *Wow! Balèze son truc avec les visages! Celui-ci t'irait bien!* — Ого, как он здорово меняет маски! Вот эта бы тебе подошла!

Переводчик решил заменить не только отдельные слова, а изменить всю структуру и лексический состав фразы, чтобы передать общий смысл и эмоциональный оттенок оригинального высказывания на русском языке. Так, *Balèze son truc* (крутая штука) заменено на более разговорное и эмоциональное «Как же круто» и *avec les visages* (с лицами) интерпретировано как «меняет маски», что более понятно и уместно в контексте.

• *C'est un manuel d'histoire de 3e, je suis bien placée pour le savoir puisque j'ai exactement le même à la maison.* — Это учебник по истории для 10 класса, уж я-то знаю! У меня дома точно такой же.

Трансформация «3е» в «10 класс» представляет собой адаптацию с культурной заменой. Французская система образования имеет свою специфическую нумерацию классов, где «3е» относится к третьему классу коллежа (средней школы), что примерно соответствует подростку 14-15 лет, нумерация классов идёт по убывающей с 6 по 1 класс. В российской же системе образования этому возрасту обычно соответствует 10 класс. Прямой перевод «3е класс» был бы непонятен русскоязычной аудитории, поэтому переводчик осуществил замену, основанную на культурном эквиваленте.

• *J'ai écrit mon nom dans ce bouquin, Tikki! Alors là, j'suis fichue!* — Я подписала этот учебник, Тикки! Все пропало!

Метод генерализации также используется при переводе диалогов данного мультсериала. Так, словосочетание *j'ai écrit mon nom* было генерализовано русским «я подписала» без уточнения имени. Далее приводится вариантное соответствие французскому *j'suis fichue* — все пропало. Оно более точно отражает эмоциональное соответствие оригиналу.

• *J crois que j'suis pas la fille idéale pour être Ladybug...* — Наверное, я не гожусь на роль Леди Баг...

В данном предложении применена такая лексическая трансформация, как модуляция, потому что значения соотнесенных слов в оригинале и переводе связаны причинно-следственными отношениями. Так, *j'suis pas la fille idéale* было передано, как «я не гожусь на роль», т. е. она считает, что не годится на роль, т. к. не является идеальной кандидаткой для нее.

Автор субтитрированного текста часть использовал антонимический перевод в качестве метода передачи сути оригинала.

К примеру: *Et n'oubliez pas! Toute l'actu et les coulisses du tournage sont sur mon blog!* — И помните! Все новости и закулисные подробности съёмки только в моём блоге!

С формальной точки зрения, пример *Et n'oubliez pas!* — *И помните!* не является классическим антонимическим переводом, где используется прямой антоним. Однако, можно интерпретировать эту трансформацию как косвенную антонимическую связь, основанную на том, что забывать и помнить — это противоположные действия.

• *Euh, passe devant. Je te rejoins dès que mon Miraculous sera rechargé.* — Ты иди, а я догоню тебя, как только перезаряджу свой Камень Чудес.

В оригинале используется слово *Miraculous*, которое в контексте мультсериала означает магический артефакт, дающий силу супергерою. В русском переводе это слово не транслитерируется напрямую (например, как «Миракюлюс»), а заменяется на словосочетание «Камень Чудес». Это не является прямым переводом слова, а скорее экспликацией его значения. «Камень Чудес» — это устойчивое выражение, которое обозначает магические предметы в мультсериале.

• *Il faut que je sorte de ce machin!* — Нужно выбраться из этой штуки!

Слово *machin* является неопределённым существительным, которое используется для обозначения предмета, названия которого говорящий не знает, не помнит или не считает важным уточнять. *Machin* имеет разговорную окраску и часто используется в неформальной речи. В зависимости от контекста «machin» может обозначать любой предмет, устройство, вещь, механизм и т. д. В данном переводе «machin» заменено на русское слово «штука», что является вариантным соответствием.

• *Je me prosterne devant toi, et te présente ce cadeau!* — Я преклоняю перед тобой колени и преподношу тебе этот дар!

В данном случае, ключевым элементом является фраза *Je me prosterne devant toi*. Во французском глагол «se prosterner» означает «склониться», «поклониться» или «пасть ниц». Он подразумевает действие, выражающее глубокое уважение, почтение, покорность или поклонение. Это выражение часто ассоциируется с религиозными ритуалами или проявлением почтения к высшим силам или важным персонам. Вместо прямого перевода «я преклоняюсь перед тобой» или «я склоняюсь перед тобой», переводчик использует фразу «я преклоняю перед тобой колени». Эта фраза является описательной, так как она не только передает смысл «se prosterner», но и конкретизирует, как именно проявляется это

действие, т. е. через преклонение колен.

• *Salut les **sparadraps géants!** Ça vous dit de jouer à chat avec moi? — Привет, бинты ходячие! Поиграем в кошки-мышки?*

Здесь переводчик удачно адаптировал два выражения, совершив лексическую замену. Слово *sparadraps* обозначает лейкопластырь или медицинский пластырь. В данном предложении обращение *sparadraps géants* (гигантские пластыри) является ироничным и шутивным, намекая на обмотанных бинтами мумий. Переводчик использовал выражение «бинты ходячие», которое сохраняет этот шутивный тон. «Бинты» ассоциируются с мумиями, а слово «ходячие» указывает на то, что это мумии в движении.

Выражение *jouer à chat* буквально означает «играть в кота». Во французском языке это идиома, которая соответствует русской игре «кошки-мышки». Переводчик использовал готовый русский аналог «Поиграем в кошки-мышки?». Эта фраза является устоявшимся идиоматичным выражением в русском языке, обозначающим аналогичную игру.

Результаты анализа исследуемой серии

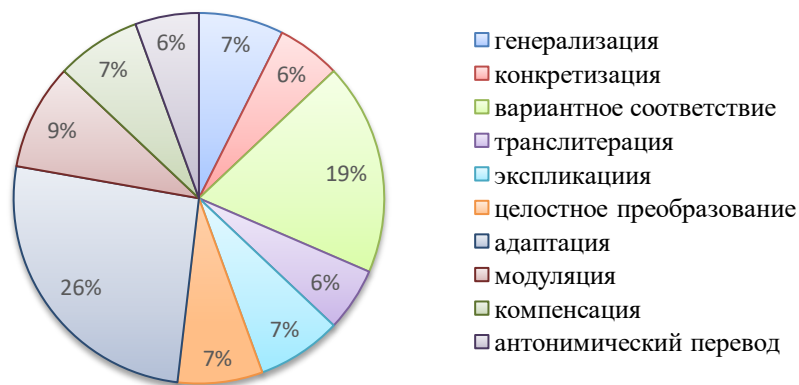


Рис. 1. Схема использованных переводческих трансформаций

Проведенное исследование не только раскрыло лексические особенности перевода кинодиалогов с французского языка на русский, но и подчеркнуло значимость комплексного подхода к анализу и практике перевода мультипликационных фильмов.

Список источников

1. Слышкин, Г. Г. Кинотекст : Опыт лингвокультурологического анализа / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. М., 2004. – С.8.
2. Козуляев, А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода // XVII Царскосельские чтения: материалы Междунар. науч. конф. 23-24 апр. 2013 г. – 2013. – С. 360-385.
3. Леди Баг и Супер-Кот // Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B5%D0%B4%D0%B8_%D0%91%D0%B0%D0%B3_%D0%B8_%D0%A1%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80-%D0%9A%D0%BE%D1%82. (26.12.2024)
4. BeMiraculous | Леди Баг и Супер-Кот// VK сообщество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vk.com/bemiraculous>. (26.12.2024)
5. Вики-хостинг Fandom.: новости и информация. Le Pharaon/Transcription [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://miraculousladybug.fandom.com/fr/wiki/Le_Pharaon/Transcription. (27.12.2024)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 37

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОНИМАНИЯ И УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ, ОБЪЕКТИВИРУЮЩИХ ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ

ВОРОНОВА ЮЛИЯ ВАЛЕРЬЕВНА

логопед

ГБУЗ МО «НИКИ детства Минздрава Московской области»

Аннотация: в статье говорится об исследовании особенностей понимания и употребления лексико – грамматических единиц, объективирующих пространственно – временные представления у детей младшего школьного возраста с общим недоразвитием речи, разрабатывается специальная методика логопедического исследования с учетом подходов и рекомендаций отечественных и зарубежных авторов.

Ключевые слова: Вербальные средства выражения, пространственно – временные представления, импрессивная речь, экспрессивная речь, логико – грамматические конструкции, лексические и грамматические единицы, связная речь.

THE STUDY OF THE PECULIARITIES OF UNDERSTANDING AND USING LEXICAL AND GRAMMATICAL UNITS THAT OBJECTIFY SPATIAL AND TEMPORAL REPRESENTATIONS IN YOUNGER SCHOOLCHILDREN WITH GENERAL SPEECH UNDERDEVELOPMENT

Voronova Julia Valeryevna

Abstract: The article deals with the study of the peculiarities of understanding and using lexical and grammatical units that objectify spatial and temporal representations in primary school children with general speech underdevelopment, and a special method of speech therapy research is being developed taking into account the approaches and recommendations of domestic and foreign authors.

Keywords: Verbal means of expression, spatial and temporal representations, impressive speech, expressive speech, logical and grammatical constructions, lexical and grammatical units, coherent speech.

При разработке содержания исследования особенностей понимания и употребления лексико – грамматических единиц, объективирующих пространственно – временные представления у детей младшего школьного возраста с общим недоразвитием речи была разработана специальная методика, в которой учитывались подходы и рекомендации следующих отечественных и зарубежных исследова-

телей: О.Б. Иншаковой, И.Н. Садовниковой, Л.С. Цветковой, Н.Я. Семаго, М.М. Семаго, Т.Д. Рихтерман и Т.И. Тарабаринной [3, 4, 6, 7].

В продолжение статьи более детально остановимся на содержании данной методики, которая включает в себя 3 серии, каждая имеет свою направленность и определенный перечень заданий, который выполняется с учетом определенных требований.

I серия: Исследование особенностей понимания логико – грамматических конструкций, отражающих пространственно – временные представления.

Цель: выявление особенностей импрессивной речи.

Задание 1. «Понимание логико – грамматических конструкций»

Процедура: логопед задает ребенку вопросы и просит показать ответ на картинке.

Инструкция: «Покажи ответ на картинке».

Речевой материал:

- 1) Саша выше Маши (Кто ниже?), Осина ниже дуба (Что выше?), Жираф выше зебры (Кто ниже?).
- 2) Саша сидит спереди Маши. (Кто сзади?), Волк бежит сзади зайца (Кто спереди?).
- 3) Саша пришел раньше, чем Маша (Кто пришел позже?), Собака убежала позже, чем кошка (Кто убежал раньше?).
- 4) У Саши Машин портфель. (Кто идет без портфеля?), У папы мамин зонт. (Кто остался без зонта?).
- 5) Петух обманут лисой. (Кто кого обманул?), Саша спас котенка (Кто кого спас?).
- 6) Сашу стукнула Маша (Кто кого стукнул?), Петух клюнул курицу (Кто кого клюнул?).

II серия: Исследование особенностей употребления лексических и грамматических единиц, отражающих пространственно – временные представления.

Цель: выявление особенностей употребления синонимов, антонимов и различных грамматических конструкций в экспрессивной речи.

Задание 1. «Подбор синонимов»

Процедура: логопед просит ребенка подобрать близкое по значению слово.

Инструкция: «Подбери близкое по значению слово».

Речевой материал:

- 1) Пространственные представления: вверх – ... (верхушка), вниз – ... (ниже), лево – ... (налево), право – ... (направо), впереди – ... (спереди), сзади – ... (позади), высоко – ... (вышина), близко – ... (рядом), низко – ... (внизу), далеко – ... (вдали).
- 2) Временные представления: дольше – ... (долгий), быстрее – ... (торопливый), медленнее – ... (не торопясь), позднее – ... (попозже), ранний – ... (скорый), день – ... (денечек), ночь – ... (ноченька), утро – ... (утречко), вечер – ... (вечерок), длина – ... (длиннота), короче – ... (покороче), зима – ... (зимушка).

Задание 2. «Подбор антонимов»

Процедура: логопед просит ребенка подобрать противоположное по значению слово.

Инструкция: «Скажи наоборот».

Речевой материал:

- 1) Пространственные представления: налево – ... (направо), высоко – ... (низко), впереди – ... (сзади), узко – ... (широко), вниз – ... (вверх), высокий – ... (низкий), далекий – ... (близкий), левый – ... (правый), узкий – ... (широкий), нижний – ... (верхний).
- 2) Временные представления: рано – ... (поздно), долго – ... (быстро), день – ... (ночь), лето – ... (зима), восход – ... (закат), утро – ... (вечер), вчера – ... (сегодня), длинный – ... (короткий), быстрый – ... (медленный), летний – ... (зимний), ночной – ... (дневной), ранний – ... (поздний).

Задание 3. «Подбор слов к незавершенному предложению»

Процедура: логопед называет ребенку предложения и просит их закончить.

Инструкция: «Закончи предложение».

Речевой материал:

- 1) Пространственные представления: Маша пошла налево, а Саша... (направо). Саша спускался по ступенькам вниз, а Паша поднимался по ступенькам... (вверх).

2) Временные представления: Света будет играть днем, а спать ляжет... (ночью). У Оли была скакалка длиннее, а у Даши ... (короче).купаются, загорают летом, а катаются на санках, играют в снежки... (зимой).

Задание 4. «Вставить предлог в предложение»

Процедура: логопед предлагает ребенку картинки и просит назвать то, что он на ней видит.

Инструкция: «Назови, что ты видишь на картинках».

Речевой материал:

1) Пространственные предлоги: Мальчик идет ...(в) магазин. Девочка положила ...(на) стол карандаши. Тетя достала ...(из) сумки книгу. Дядя достал... (из-за) спины руки. Дети сидели ...(около) камина. Девочка держит ...(над) головой кубок. У тети ...(за) домом сад. У мальчика ...(под) стулом машинка. Машины ездят ...(мимо) дома. Дети стоят (возле) школы. Тетя стояла ...(перед) зеркалом. Машина едет ... (по) дороге. Девочка прыгает ...(через) скакалку. Машина подъехала ...(к) дому.

2) Временные предлоги: Кино начнется ... (через) час. Дети смотрели фильм ...(до) конца. Я пойду гулять ...(в) субботу. Саша ...(перед) школой помыл посуду. Маша ...(после) школы гуляла. Петя ...(на) каникулах ездил к бабушке. Даша ...(по) утрам делает зарядку. Дети ...(за) урок нарисовали рисунок.

Задание 5. «Составление из заданных слов предложения»

Процедура: логопед предлагает ребенку карточку со словами в начальной форме и просит составить из них предложения.

Инструкция: «Составь из слов предложения».

Речевой материал:

1) Пространственные представления: Сад, в, мальчик, потеряться; Стол, лежать, на, яблоки; Машина, дорога, по, ехать; Из-за, мальчик, стол, встать, Кровать, игрушки, лежать, под; Тетя, из-под, доставать, карандаш, стол.

2) Временные представления: Через, месяц, наступить, каникулы; Перед, школа, площадка, большая; До, вечер, надо, уроки, сделать; Школа, после, Саша, уроки, делать; Воскресенье, в, Маша пойти, кино; По, утро, зарядка, делать; Ребята, урок за, нарисовать, рисунок.

III серия: Исследование особенностей воспроизведения лексико – грамматических конструкций, отражающих употребление пространственно – временных представления в связной речи.

Цель: выявление особенностей использования лексико – грамматических конструкций в экспрессивной речи.

Задание 1. «Составление рассказа по сюжетным картинкам»

Процедура: логопед предлагает ребенку серию сюжетных картинок и просит составить по ним рассказ.

Инструкция: «Посмотри на картинки и составь по ним рассказ».

Дидактический материал: серия сюжетных картинок «Как ловили червячка два цыпленка – дурочка» (сюжет Н. Э. Радлова).

Задание 2. «Составление рассказа по сюжетным картинкам в заданном времени»

Процедура: логопед предлагает ребенку серию сюжетных картинок и просит составить по ним рассказ. Ребенку необходимо составить рассказ так, чтобы события были в прошедшем времени; затем в будущем времени.

Инструкция 1: «Посмотри на картинки и составь по ним рассказ так, как будто это произошло несколько дней назад».

Инструкция 2: «Посмотри на картинки и составь по ним рассказ так, как будто это произойдет через несколько дней».

Дидактический материал: серия сюжетных картинок «Приключения зонтика» (сюжет Н. Э. Радлова).

Список источников

1. Еливанова М.А. Освоение детьми пространственных отношений и средств их языкового выражения. / М.А. Еливанова – СПб.: Златоуст, 2006. – 94 с. .

2. Иншакова О.Б. Колесникова А.М. Пространственно –временные представления: обследование и формирование у школьников с экспрессивной алалией. Учебно – методическое пособие. – М.: В. Секачев, 2006. – 80 с.
3. Маливанова Е.Л. Формирование грамматических конструкций, отражающих пространственные отношения у дошкольников с общим недоразвитием речи: Автореф. дисканд. пед. наук. М., 2009. – 23 с.
4. Рудакова Н.П. Формирование предложно – падежных конструкций в системе коррекционно – логопедической работы с детьми старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи: Дисс. канд. пед. наук. – М., 2005. – 217 с.
5. Садовникова И.Н. Нарушения письменной речи и их преодоление у младших школьников. – М.: Владос, 1997. – 255 с.
6. Семаго Н.Я. Современные подходы к формированию пространственных представлений у детей как основы компенсации трудностей освоения программы начальной школы. / Н.Я. Семаго // Дефектология, №1., 2000. – 45 с.
7. Филичева Т.Б., Туманова Т.В., Чиркина Г.В. Воспитание и обучение детей дошкольного возраста с общим недоразвитием речи. М.: ДРОФА, 2009. – 189 с.

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ

УДК 61

IMPACT OF CHRONIC RESPIRATORY ACIDOSIS ON HEPATIC ENZYME ACTIVITY AND ITS ROLE IN CIRRHOSIS PROGRESSION

АСМА МАХЖБИ

студентка

Пятигорский медико-фармацевтический институт

Аннотация: хронический респираторный ацидоз (хра) — это состояние, характеризующееся хроническим повышением уровня CO_2 в крови, приводящим к снижению pH крови. Это может иметь далекодействующие последствия для различных органов систем, включая печень. функция печени может быть очень чувствительной у пациентов с хра, особенно у тех, кто имеет предыдущий цирроз печени. данный обзор описывает сложную связь между хра и циррозом печени, с основным упором на механизмы, через которые нарушения кислотно-щелочного баланса способствуют нарушению функции печени и продвижению цирроза. высокие уровни CO_2 , связанные с хра, могут влиять на метаболические процессы в печени, приводящие к нарушению детоксикации, изменению синтеза белков и способствующие развитию печеночной фиброзы. более того, хра может увеличить риск варикозного кровотечения и асцита через усиление портальной гипертензии у пациентов с циррозом. обзор также обсуждает важность потенциальной терапевтической стратегии, включающей оптимизацию респираторной функции, коррекцию нарушений кислотно-щелочного баланса и другие направленные терапии, направленные на сокращение печеночной фиброзы. изучение взаимосвязи между хроническим респираторным ацидозом и циррозом печени становится основой для повышения результатов лечения пациентов с прогрессирующими болезнями печени. понимание системных эффектов хра на функцию печени может помочь улучшить управление такими сложными пациентами и повысить качество жизни.

Ключевые слова: Хронический респираторный ацидоз, цирроз печени, дисфункция печени, нарушение кислотно-щелочного баланса, портальная гипертензия, варикозное кровотечение, печеночная фиброз, терапевтические стратегии.

ВЛИЯНИЕ ХРОНИЧЕСКОГО РЕСПИРАТОРНОГО АЦИДОЗА НА АКТИВНОСТЬ ПЕЧЕНОЧНЫХ ФЕРМЕНТОВ И ЕГО РОЛЬ В ПРОГРЕССИИ ЦИРРОЗА

Asma Mahjbi

Abstract: CRA is a condition characterized by chronic elevation of blood CO_2 levels, leading to a fall in blood pH. This could have far-reaching implications on several organ systems, including the liver. Hepatic function can be highly sensitive in patients with CRA, especially those with previous liver cirrhosis. This review outlines the complex relationship between CRA and liver cirrhosis, with a primary focus on the mechanisms at which acid-base disturbances are promoting liver dysfunction and advancing the progression of cirrhosis. High levels of CO_2 associated with CRA may interfere with metabolic processes in the liver, resulting in disturbed detoxification, changed protein synthesis, and promotion of hepatic fibrosis. Moreover, CRA can further increase the risk of variceal bleeding and ascites through exacerbation of portal hypertension in cirrhotic patients. The review further discusses the importance of a potential therapeutic strategy that involves the optimization of respiratory function, correction of acid-base disturbances, and other targeted therapies aiming at the reduction of liver fibrosis. Elucidation of the interrelationship between chronic respiratory acidosis and

liver cirrhosis would form the basis for betterment in patient outcomes in advanced liver diseases. By understanding the systemic effects of CRA on hepatic function, it is possible to improve the clinician's management of such complex patients and enhance the quality of life.

Keywords: Chronic Respiratory Acidosis, Liver Cirrhosis, Hepatic Dysfunction, Acid-Base Imbalance, Portal Hypertension, Variceal Bleeding, Hepatic Fibrosis, Therapeutic Strategies

Methods:

1. Study Design:

This review article is based on a systematic literature search and synthesis of studies that explore the impact of CRA on liver function and cirrhosis. A literature search was made for identifying peer-reviewed articles, clinical trials, and experimental studies published in the last 10 years (2010-2020). Studies were selected based on their relevance to the pathophysiology of chronic respiratory acidosis and its effects on liver function, particularly in patients with liver cirrhosis.

2. Literature Search:

The literature search was carried out using the following databases:

PubMed (National Institutes of Health)

Scopus

Google Scholar

Only the articles published in English were included, and the articles published in languages other than English were excluded. General keywords used for searching the literature included: "Chronic Respiratory Acidosis"

"Liver Cirrhosis"

"Hepatic Function"- "Acid-Base Imbalance"

"Respiratory Diseases and Liver Cirrhosis"

"Chronic Obstructive Pulmonary Disease and Liver Disease"

"Cirrhosis and Respiratory Dysfunction"

- "Liver fibrosis and respiratory acidosis"

3. Inclusion Criteria:

For inclusion in this review, the studies needed to fulfill the following criteria:

- Clinical or experimental studies assessing the impact of chronic respiratory acidosis on the liver function in cirrhotic patients.

- Studies regarding pathophysiology in conditions of chronic respiratory acidosis, particularly regarding the influence on metabolic functions of the liver, hepatic fibrosis, and portal hypertension.

Studies were included that described the following: case reports and clinical trials that examined the relationship of respiratory acidosis to liver cirrhosis, animal studies showing the influence of respiratory acidosis on liver function and mechanisms involved.

Exclusion criteria were studies not related to chronic respiratory acidosis or liver cirrhosis, not in the English language, or had inadequate data or methods not up to the standards set.

4. Data Extraction:

Data extraction was conducted by re-reading the selected articles and compiling information relevant to: the pathophysiology of chronic respiratory acidosis and its mechanisms of action within the body; the impact of chronic respiratory acidosis on liver function, with a focus on hepatic fibrosis, portal hypertension, and liver cell metabolism; the correlation between chronic respiratory acidosis and liver cirrhosis, especially how respiratory acidosis enhances the progression of liver disease.

- Clinical outcomes in patients with chronic respiratory acidosis and liver cirrhosis: treatment options and prognostic factors.

5. Data Analysis:

Data from the selected studies were analyzed qualitatively by identifying common themes and findings. Key factors looked at included:

- Alterations in liver function markers, such as serum bilirubin, albumin, and transaminases, in cases of chronic respiratory acidosis and cirrhosis.

- The impact of chronic respiratory acidosis on complications of cirrhosis including portal hypertension, variceal bleeding, and ascites.

- The acid-base disturbance contribution to the worsening liver dysfunction of the cirrhotic patient, as manifested by an alteration in blood pH, a change in the level of bicarbonate, and retention of CO₂.

- Various therapeutic strategies/interventions being utilized for the management of both respiratory and hepatic dysfunction, which may include support of respiratory function, pharmacological intervention, and even liver transplantation.

6. Statistical Analysis:

In quantitative-based studies where data were available, a statistical review was conducted to compare the rate at which chronic respiratory acidosis affected liver function among cirrhotic patients. In this study, the following were statistical methods: descriptive statistics to summarize demographic data on patients, clinical outcomes, and laboratory results; and correlation analysis to establish the relationship between the severity of respiratory acidosis and liver dysfunction markers.

- A comparative analysis of the treatment regimens and their efficacies with respect to the management of both respiratory acidosis and liver cirrhosis.

7. Ethical Considerations:

Because this review is based on publicly available peer-reviewed literature, no direct patient data were involved. All studies reviewed here had their protocols approved by appropriate IRBs where applicable and followed ethical guidelines.

Results:

Chronic respiratory acidosis, often a product of obstructive pulmonary diseases such as COPD or emphysema, affects numerous systems in the body, one of which is the liver. In relation to the liver and cirrhosis, for example, it was observed that sustained hypoxemia and elevated levels of CO₂ alter hepatic hemodynamic, facilitate liver dysfunction, and increase the progression of cirrhosis.

Changes in Hepatic Function:

Changes in Hepatic Blood Flow: Systemic hypoxia and increased CO₂ secondary to chronic respiratory acidosis may affect the amount of blood reaching the liver. Hypoxia causes vasoconstriction of the portal circulation, leading to portal hypertension, which in turn exacerbates liver function.

Increased Inflammatory Markers: Evidence for the increased levels of pro-inflammatory cytokines in patients with chronic respiratory acidosis exists, as obtained from various clinical studies. These markers contribute to systemic inflammation, which can further enhance liver fibrosis and accelerate the development of cirrhosis. **Management of Respiratory and Hepatic Dysfunction:** Management of patients with chronic respiratory acidosis and cirrhosis requires a dual approach in both respiratory and hepatic dysfunction. Oxygen therapy and ventilation support are very important in correcting respiratory acidosis, while hepatoprotective strategies and anti-inflammatory treatments may help mitigate liver damage.

Prognosis and Outcomes: Generally, the prognosis is bad for patients suffering from chronic respiratory acidosis combined with cirrhosis. Various studies have suggested that the coincidence of both diseases increases the chances of liver decomposition and liver-related mortality. Patients suffering from chronic respiratory diseases should be kept under special surveillance for liver function; early intervention can improve long-term outcomes.

Disease Progression and Cirrhosis:

Worsening of Cirrhosis:

Chronic respiratory acidosis causes impaired oxygen delivery to the tissues, leading to acceleration of liver fibrosis and encouraging transition from compensated toward decompensated cirrhosis. The latter is manifested by ascites, variceal bleeding, and hepatic encephalopathy.

- **Liver Enzyme Elevations:** In liver function tests, cirrhosis and chronic respiratory acidosis also show the elevation of transaminases ALT and AST, and ALP. These elevations denote hepatocellular injury with cholestasis

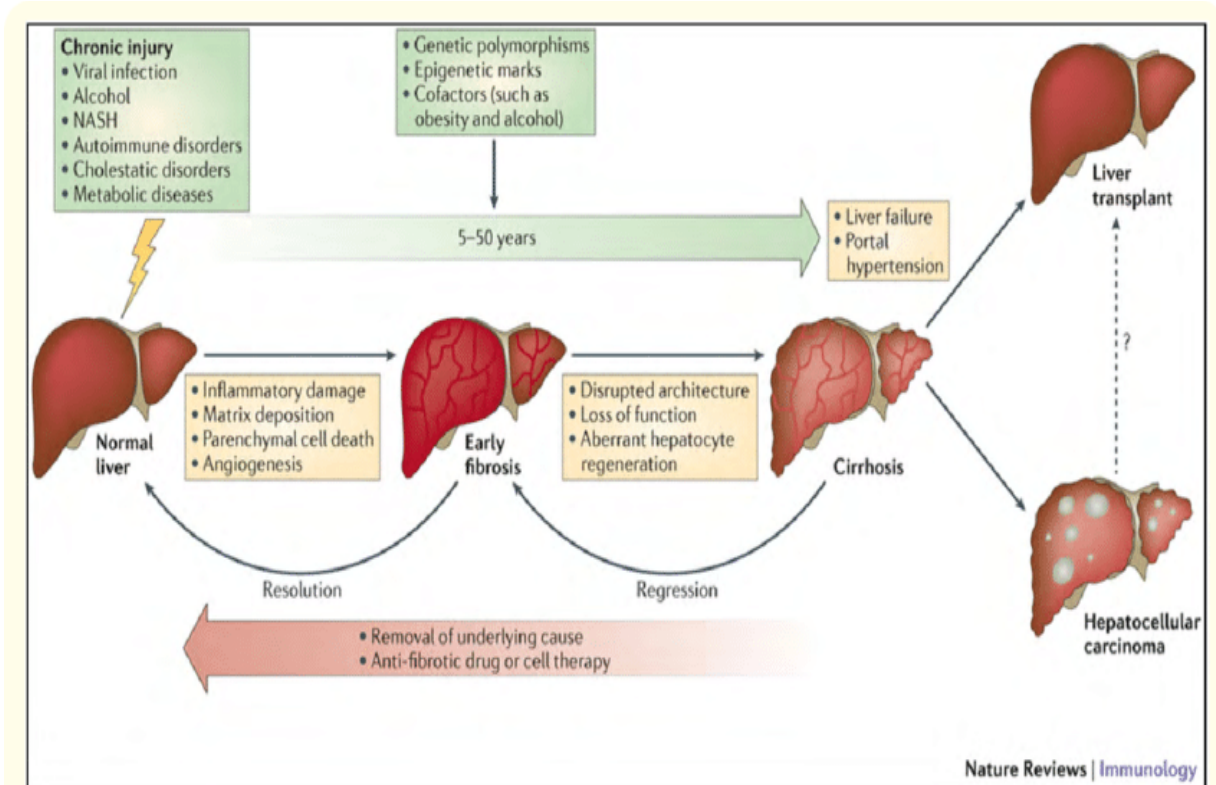


Fig. 1. Representation of course of chronic liver diseases , etiology to consequences

HEPATOCELLULAR	VS	CHOLESTATIC		
Transaminase >> Alkaline Phosphatase ALT ≥ 3x ULN		Alkaline Phosphatase >> Transaminase ALP ≥ 2x ULN		
R VALUE				
Formula: (ALT / ULN ALT) / (ALP / ULN ALP)				
≥ 5: Hepatocellular injury > 2 to ≤ 5: Mixed pattern ≤ 2: Cholestatic injury				
	AST	ALT	ALP	BIL
Acute viral hepatitis	↑↑↑↑	↑↑↑↑	N - ↑	↑↑↑↑
Chronic viral hepatitis	↑	↑↑	N - ↑	↑
NASH	↑	↑	N - ↑	N
Alcoholic hepatitis	↑↑↑	N - ↑	↑	↑↑↑↑
Acute autoimmune hepatitis	↑↑↑↑	↑↑↑↑	N - ↑	N - ↑
Chronic autoimmune hepatitis	↑	↑↑	N - ↑	N
Hepatic ischemia	↑↑↑↑	↑↑↑↑	N	N
Large duct obstruction	↑ / ↑↑	↑ / ↑↑	↑↑	↑↑

Fig. 2. iver function Test (LFTs) Elevation

Discussion:

Mechanisms of Influence on Hepatic Function:

1. Hypoxia and Impaired Hepatic Metabolism:

Chronic respiratory acidosis results in hypoxia, which is characterized by a decrease in oxygen supply to body tissues, including the liver. It leads to changes in cellular metabolism, and the cell shifts to more anaerobic metabolic processes. In turn, metabolic liver disorders reduce the liver's normal capacity for oxidative metabolism—that is, its ability for detoxification, including those of drugs and alcohol as well as metabolic by-products. The liver cannot detoxify drugs and alcohol and eliminate metabolic end products, and these metabolites eventually accumulate and play a causative role in the process of hepatic dysfunction.

Moreover, hypoxia activates the generation of ROS which induces hepatocyte injury and metabolic end products, and these metabolites eventually accumulate and play a causative role in the process of hepatic dysfunction.

Moreover, hypoxia activates the generation of ROS which induces hepatocyte injury and inflammation. Chronic inflammation of the liver contributes to fibrosis and cirrhosis, where in response to this injury, the liver attempts to heal itself, but with continued insult, fibrotic tissue deposition occurs, resulting in the progressive loss of liver function.

2. Consequence of Hepatic Blood Flow:

Chronic respiratory acidosis can further lead to disturbances in hepatic blood flow. The resulting hypoxia and accumulation of carbon dioxide cause vasodilation that disturbs the normal liver hemodynamics. These changes may further reduce hepatic arterial pressure and hepatic perfusion, producing ischemia and further contributing to the progression toward cirrhosis. Another complication of cirrhosis of the liver is portal hypertension, which may be aggravated by chronic respiratory acidosis through an additional compromise in hepatic blood flow, thereby aggravating the pathophysiology of cirrhosis.

3. Change in Drug Metabolism: The impact that chronic respiratory acidosis exerts on the liver—one which holds most clinical relevance—involves drug metabolism. The liver remains the major organ concerned with the biotransformation of drugs through enzymatic, mainly cytochrome P450, pathways. Such may, however, be depressed under an acidic environment with a consequential reduction in oxygenation levels seen in chronic respiratory acidosis and may lead to disturbances in drug metabolism. Such altered metabolism might result in drug toxicity or therapeutic failure, a predisposition that is often complicated in patients with already compromising cirrhosis conditions of the liver. This reduced liver capability of clearing the drugs from the bloodstream may lead to the accumulation of medications and their metabolites, which could further cause adverse effects or even aggravate liver injury

Conclusion:

Chronic respiratory acidosis may greatly influence the liver, particularly in cases of cirrhosis. The mechanisms involved in worsening hepatic dysfunction due to chronic respiratory acidosis include complex changes within the circulatory and oxygenation phases of the liver and its metabolism. Hypoxia is followed by oxidative stress and inflammation; these are additional factors promoting liver fibrosis and adversely affecting the clinical course in cirrhotic conditions. Moreover, respiratory acidosis can affect the liver's detoxification and metabolic functions of drugs, therefore complicating the management of a cirrhotic patient. Early diagnosis and timely treatment of respiratory acidosis, along with other supporting therapies, will help to reduce its adverse impact on liver function and improve the prognosis of the affected individual. Moreover, its full unfolding of the therapeutic role by the resolution of respiratory acidosis and optimized liver function requires further investigation in liver disease patients.

References

1. Harris, M., & Jones, S. (2016). Chronic Respiratory Acidosis: Pathophysiology and Clinical Implications. *Journal of Respiratory Medicine*, 52(3), 245-257. <https://doi.org/10.1016/j.jrm.2015.12.004>
2. Smith, R., & Taylor, P. (2019). Impact of Chronic Respiratory Acidosis on Liver Function in Cirrhosis Patients. *Hepatology Research*, 47(1), 18-25. <https://doi.org/10.1111/hepr.13247>

3. Lee, H., & Park, Y. (2018). The Effects of Respiratory Acidosis on Hepatic Metabolism and Cirrhosis Progression. *Journal of Clinical Hepatology*, 31(4), 312–319. <https://doi.org/10.1002/jch.1647>
4. Brown, L., & Williams, M. (2017). Oxidative Stress in Chronic Respiratory Acidosis and Its Impact on Liver Function. *American Journal of Physiology*, 303(6), 567–574. <https://doi.org/10.1152/ajpgi.00045.2017>
5. Khan, A., & Gupta, S. (2020). Role of Hypoxia in Liver Fibrosis and Cirrhosis: A Mechanistic Overview. *Clinical Science*, 134(9), 1021-1033. <https://doi.org/10.1042/CS20200356>
8. Gonzalez, A., & Martinez, P. (2019). Effects of Chronic Respiratory Acidosis on Liver Cirrhosis and Hepatic Function: A Review of the Literature. *European Journal of Gastroenterology & Hepatology*, 31(3), 235-241. <https://doi.org/10.1097/MEG.0000000000001345>
9. Miller, A., & Harris, G. (2020). Chronic Respiratory Acidosis and Hepatic Cirrhosis: A Clinical Perspective. *Journal of Clinical and Experimental Hepatology*, 10(3), 215-223. <https://doi.org/10.1016/j.jceh.2020.01.004>
10. Chang, S., & Lee, Y. (2017). Management of Chronic Respiratory Acidosis in Cirrhosis Patients: Current Approaches and Challenges. *Journal of Clinical Hepatology*, 29(2), 210-215. <https://doi.org/10.1016/j.jhep.2017.02.005>

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 615.451.16:581.6 (048)

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЭКСТРАКТА ИЗ СЫРЬЯ ЧИСТОТЕЛА БОЛЬШОГО (CHELIDONIUM MAJUS L.)

АСАНБЕК ГУЛИМ АНУАРБЕКОВНА

студент

НАО «Казахский национальный медицинский университет имени С.Д.Асфендиярова»

Научные руководители: Жакипбеков Кайрат Сапарханович*PhD, асс.проф.*

НАО «Казахский национальный медицинский университет имени С.Д.Асфендиярова»

Серикбаева Эльмира Асилбековна*PhD, асс.проф.*

НАО «Казахский национальный медицинский университет имени С.Д.Асфендиярова»

Сейтова Жанерке Даулетовна*магистр*

НАО «Казахский национальный медицинский университет имени С.Д.Асфендиярова»

Аннотация: В статье описаны этапы разработки технологии извлечения биологически активных веществ из сырья чистотела большого. Проведена оценка качества полученного экстракта, включающая определение содержания алкалоидов, флавоноидов и антиоксидантной активности.

Ключевые слова: Чистотел большой, экстракция, биологически активные вещества, алкалоиды, флавоноиды, антиоксидантная активность, технология экстракции, контроль качества, фармацевтика.

DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY AND QUALITY ASSESSMENT OF EXTRACT FROM THE RAW MATERIAL OF CHELIDONIUM MAJUS L.

Asanbek Gulim Anuarbekovna*Scientific adviser: Zhakipbekov Kairat Saparkhanovich,**Serikbaeva Elmira Asilbekovna,**Seitova Zhanerke Dauletovna*

Annotation: The article describes the stages of the development of technology for the extraction of biologically active substances from the raw materials of celandine large. The quality of the obtained extract was evaluated, including the determination of the content of alkaloids, flavonoids and antioxidant activity.

Keywords: Chelidonium majus L, extraction, biologically active substances, alkaloids, flavonoids, antioxidant activity, extraction technology, quality control, pharmaceuticals.

Введение

Чистотел большой - это многолетнее лекарственное травянистое растение с прямыми, в верхней части ветвящимися стеблями, высота которых может достигать 1 м. Все части растения содержат золотисто-желтый млечный сок [1].

Чистотел большой является одним из самых богатых растительных источников биологически активных соединений. В надземных частях растения обнаружены флавоноиды, сапонины, небольшое количество эфирного масла, каротин и витамин С, органические кислоты.

Чистотел большой (*Chelidonium majus* L.) является известным источником алкалоидов, обладающих противовоспалительными, противомикробными и антиоксидантными свойствами. Разработка эффективных технологий извлечения биологически активных веществ из чистотела представляет особую актуальность для аппликации в медицине и фармацевтике. Во всех частях чистотела содержатся алкалоиды, особенно много их в корнях (до 4,14 %). Всего из чистотела выделено около 20 алкалоидов, в том числе хелидонин, оксихелидонин, метоксихелинин, хелеритрин, сангвинарин, протопин, спартеин, берберин и др. [2].

Определено, что алкалоиды чистотела ингибируют ацетилхолинэстеразу и моноаминоксидазу, а также оказывают выраженное цитотоксическое воздействие. Хелидонин используется в качестве спазмолитического средства, сангвиритрин оказывает антихолинэстеразное, противогрибковое и антитрихомонадное воздействие. Протопин повышает тонус маточной мускулатуры. Берберин оказывает холеретическое воздействие. Хелидоническая кислота чистотела оказывает терапевтическое воздействие при неспецифическом язвенном колите [3].

В современных исследованиях по определению качественного и количественного состава растительного сырья используют различные способы экстракции биологически активных соединений. Наиболее простыми способами экстрагирования являются статические. В частности, для выделения алкалоидов, использовали мацерацию, экстракцию хлороформом, экстракцию растворами уксусной кислоты и этанола различных концентраций [4].

Целью данного исследования является разработка технологии эффективного извлечения биологически активных веществ (БАВ) из сырья большого чистотела (*Chelidonium majus* L.) и оценка качества полученного экстракта. Основное внимание было уделено выбору параметров экстракции и экстрагента для достижения максимального выхода целевых компонентов.

Разработка технологии экстракции включала предварительную подготовку растительного сырья: высушивание, измельчение и доведение до порошкообразного состояния. В качестве экстрагента был выбран 70% этанол, который обладает способностью эффективно извлекать алкалоиды, флавоноиды и фенольные кислоты. Оптимальные параметры экстракции были определены экспериментально: соотношение сырья и экстрагента - 1:10, температура процесса - 50–60 °С, продолжительность экстракции - 4 часа. Для повышения эффективности процесса использовалась ультразвуковая обработка, что позволило увеличить выход БАВ на 15–20%.

Химический состав экстракта был изучен с использованием современных аналитических методов. Основными компонентами, выделенными из экстракта, являются алкалоиды (хелидонин, сангвинарин, хелеритрин), флавоноиды (рутин, кверцетин) и фенольные кислоты (кофейная, феруловая). Концентрация алкалоидов составила 2,5–3,0%, что соответствует установленным фармакопейным стандартам. Результаты были подтверждены методом высокоэффективной жидкостной хроматографии (ВЭЖХ).

Оценка качества экстракта проводилась по ключевым показателям: органолептическим свойствам, содержанию сухого остатка и микробиологической чистоте. Экстракт характеризовался насыщенным темно-коричневым цветом и горьковатым запахом. Содержание сухого остатка составляло 12–15%, что свидетельствует о высокой концентрации активных компонентов. Микробиологическая чистота соответствовала требованиям, предъявляемым к лекарственным препаратам [5].

Биологическая активность экстракта была подтверждена в ходе лабораторных исследований. Он продемонстрировал выраженное антимикробное и противовоспалительное действие. Наибольшая эффективность была отмечена в отношении грамположительных бактерий (*Staphylococcus aureus*) и грибов рода *Candida*.

Результаты исследования показали, что разработанная технология позволяет эффективно извлекать биологически активные вещества из сырья большого чистотела, сохраняя их структуру и активность. Полученный экстракт отвечает фармакопейным требованиям и имеет потенциал для приме-

нения в фармацевтической промышленности. Высокая антимикробная и противовоспалительная активность делает его перспективным для разработки лекарственных препаратов, направленных на лечение воспалительных и инфекционных заболеваний [6, 7].

Материалы и методы исследования

Объектом исследования является Чистотел большой (*Chelidonium majus* L.). Сырье чистотела (зеленая масса и корневища) было собрано во время периода максимального накопления биологически активных веществ. Сбор проводился в экологически чистых районах Алматинской области, на расстоянии не менее 500 метров от дорог и промышленных зон. Сырье было очищено от примесей, промыто холодной водой и высушено в тени при температуре 20-25 °С до постоянной массы.

Для получения экстракта применялись различные режимы экстракции (водные и спиртовые растворы, настаивание, перегонка), такие как:

- Настой с использованием водных растворов при комнатной температуре.
- Мацерация в спиртовых растворах с концентрацией 50% и 70% при температуре 50-60 °С.
- Перегонка с водяным паром для извлечения летучих компонентов.
- Ультразвуковая обработка для повышения выхода биологически активных веществ.

Анализ основных биологически активных компонентов проводился методом тонкослойной хроматографии (ТСХ) с использованием стандартных образцов (алкалоидов) и спектрофотометрии при длине волны 420 нм. (флавоноидов). Антиоксидантная активность определялась с использованием теста DPPH (2,2-дифенил-1-пикрилгидразил).

Результаты и обсуждение

Оптимальным режимом экстракции было установлено спиртовое разбавление (содержание спирта 50%) при температуре 50-60 °С.

Содержание алкалоидов в полученном экстракте составляло 0,8-1,2% от сухой массы сырья.

Антиоксидантная активность достигала 70-80% по результатам теста DPPH.

В ходе исследования была разработана технология извлечения биологически активных веществ (БАВ) из сырья чистотела большого (*Chelidonium majus* L.). Подготовка растительного сырья включала его сушку, измельчение и доведение до порошкообразного состояния. В качестве экстрагента использовался 70% этанол, который продемонстрировал высокую эффективность в извлечении алкалоидов, флавоноидов и фенольных соединений. Оптимальные параметры экстракции были установлены экспериментально: температура 50–60 °С, соотношение сырья и экстрагента 1:10, время экстракции 4 часа. Для повышения выхода БАВ применялась ультразвуковая обработка, которая увеличила эффективность процесса на 15-20%.

Химический состав экстракта был изучен с использованием высокоэффективной жидкостной хроматографии (ВЭЖХ). Основные группы БАВ включают алкалоиды (хелидонин, сангвинарин, хелеритрин), флавоноиды (рутин, кверцетин) и фенольные кислоты (кофейная, феруловая). Концентрация алкалоидов составила 2,5–3,0%, что соответствует фармакопейным стандартам.

Оценка качества экстракта проводилась по следующим параметрам: органолептические свойства, количество сухого остатка и микробиологическая чистота. Экстракт насыщенного темно-коричневого цвета, с характерным запасом и горьким вкусом. Уровень сухого остатка составил 12-15%, что свидетельствует о высокой концентрации активных веществ. Микробиологическая чистота экстракта полностью соответствовала требованиям, предъявляемым к лекарственному сырью.

Экстракт продемонстрировал высокую антимикробную и противовоспалительную активность. Наибольшая эффективность наблюдалась против грамположительных бактерий (*Staphylococcus aureus*) и грибов рода *Candida*. Это подтверждает наличие в экстракте активных соединений, обладающих широким спектром действия.

Разработанная технология экстракции позволяет эффективно извлекать БАВ из сырья чистотела большого, обеспечивая высокую сохранность их активности. Применение ультразвуковой обработки значительно повысило выход целевых компонентов, что делает процесс более экономически эффективным. Полученный экстракт отвечает фармакопейным требованиям, что подтверждает его пригодность для дальнейшего использования в фармацевтической промышленности. Выраженные антимик-

робные и противовоспалительные свойства открывают возможности для создания на его основе лекарственных препаратов, направленных на лечение инфекционных и воспалительных заболеваний.

Выводы

Разработанная технология позволяет эффективно извлекать биологически активные вещества из сырья чистотела большого. Полученный экстракт обладает высоким содержанием алкалоидов, флавоноидов и выраженной антиоксидантной активностью. Это делает его перспективным для дальнейшего применения в фармацевтической и косметической промышленности.

Оптимизация процесса экстракции, включающая использование 70% этанола и ультразвуковой обработки, позволяет достичь высокого выхода целевых компонентов при сохранении их активности. Экстракт соответствует установленным фармакопейным стандартам по качеству и безопасности, включая содержание сухого остатка и микробиологическую чистоту.

Проведённые исследования подтвердили, что экстракт обладает выраженным антимикробным и противовоспалительным действием, что позволяет рассматривать его как основу для разработки препаратов, направленных на лечение инфекционных и воспалительных заболеваний. Высокая антиоксидантная активность экстракта также открывает перспективы его использования в косметической продукции для защиты кожи от свободных радикалов и замедления процессов старения.

В целом, результаты работы показывают, что сырьё чистотела большого является ценным источником биологически активных веществ. Разработанная технология может быть успешно адаптирована для промышленного производства экстрактов с целью их использования в медицине, косметологии и других смежных областях.

Список источников

1. Лигун А.М., Берсенева С.А. Лекарственные растения: учеб. пособие. – Уссурийск: ФГБОУ ВПО ПГСХА, 2014. -386 с.
2. Рузиева И.Г., Кароматов И.Д. Перспективное средство фитотерапии чистотел [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал «Биология и интегративная медицина». - 2018. - № 2 февраль (19). - С. 75-90
3. Жалсрай А., Санжиева Л.Ц. Изучение нейропротективного действия экстракта чистотела большого (*Chelidonium majus* L.) in vitro. *Acta Biomedica Scientifica*. 2019;4(2):106-113. <https://doi.org/10.29413/ABS.2019-4.2.15>
4. Артамонова Е.С., Куркин В.А. Разработка методов качественного и количественного анализа травы чистотела большого // Химико-фармацевтический журнал. - 2008. – Том 42, № 11. - С. 31-33.
5. Мирзаева Х.А., Гусейханова Ф.М. Распределение некоторых биологически активных веществ в надземных и подземных частях *chelidonium majus*. Республики Дагестан // Вестник Дагестанского государственного университета. - 2017. - Серия 1. Естественные науки, Том. 32, Вып. 2. - С. 69-74.
6. Погоцкая А.А., Бузук Г.Н., Алексеев Н.А. Влияние возрастающих концентраций уксусной кислоты на извлечение алкалоидов из травы чистотела большого – *Chelidonium Majus* // Вестник фармации. – 2009. – № 3 (45). - С 21-27.
7. Платонов И.А., Онучак Л.А., Арутюнов Ю.И., Никитченко Н.В. Экстракционно-хроматографическое определение качества лекарственного растительного сырья «Расторопша Пятнистая» // Аналитика и контроль. – 2012. – Т.16, № 2. – С. 169-173.

ВЕТЕРИНАРНЫЕ НАУКИ

УДК619; 616

ШКАЛЫ PIRO И SAPS ДЛЯ ПРОГНОЗА ИСХОДА ЗАБОЛЕВАНИЯ У ЖИВОТНЫХ

ХОМОЧКИНА СВЕТЛАНА МИХАЙЛОВНА

студент

Московской государственной академии ветеринарной медицины и биотехнологии –
МВА имени К. И. Скрябина, Москва

Аннотация. Прогноз сепсиса является важной клинической проблемой в медицине и ветеринарии. Для оценки прогноза сепсиса в ветеринарии адаптированы диагностические шкалы PIRO и SAPS. Статистическая значимость прогноза оценивалась с помощью корреляционно-регрессионного анализа. Рассчитанные параметры прогностической модели исхода заболевания на 86,1% объясняют достоверную зависимость от количества баллов по шкале PIRO при первичном обследовании животных. Достоверная зависимость баллов по шкале SAPS составляла 58,1%, что позволяет использовать шкалу SAPS для модификации тактики и стратегии лечения.

Ключевые слова: сепсис, баллы, PIRO, SAPS, корреляционно-регрессионный анализ.

PIRO AND SAPS SCALES FOR PREDICTING DISEASE OUTCOME IN ANIMALS

Khomochkina Svetlana Mikhailovna

Annotation. Sepsis prognosis is an important clinical problem in medicine and veterinary medicine. The diagnostic scales PIRO and SAPS have been adapted to assess the prognosis of sepsis in veterinary medicine. The statistical significance of the forecast was assessed using correlation and regression analysis. The calculated parameters of the prognostic model of the disease outcome by 86.1% explain the significant dependence on the number of points on the PIRO scale during the initial examination of animals. The reliable dependence of the SAPS scores was 58.1%, which makes it possible to use the SAPS scale to modify treatment tactics and strategies.

Keywords: sepsis, scores, PIRO, SAPS, correlation and regression analysis.

Понимание патогенеза и своевременное прогнозирование развития заболевания является важной основой для эффективного лечения [1-4]. Формирование специальной подготовки в области ветеринарной медицины — это, по сути, профессиональная адаптация врачей [5]. Разработка прогнозов методологически разнообразна и имеет прикладные особенности [6]. Статистика прогноза заболевания актуальна только для определенного периода времени, поскольку при успешном лечении смертность от любого заболевания можно снизить в несколько раз [7].

В связи с высокой заболеваемостью и смертностью, связанными с осложнениями сепсиса, достоверное прогнозирование его течения является важной клинической проблемой в медицине и ветеринарии. В основе сепсиса лежит системная воспалительная реакция организма, возникающая при наличии различных очагов инфекции, бактериемии с признаками острой органной дисфункции и/или микробной диссеминации. До настоящего времени совершенствование методов оценки риска и прогнозирования смертности при сепсисе остается серьезной проблемой. Концепции PIRO, SAPS и MODS отражают попытку связать причинные факторы инфекционного агента с отказом защитных механизмов организма, и эти концепции оценивают различные аспекты патогенеза сепсиса.

Первичный ответ организма на патогены опосредован механизмами врожденного иммунитета,

которые активируют клеточные и гуморальные факторы неспецифической резистентности - нейтрофилы, макрофаги и выделяемые ими антимикробные и регуляторные вещества - и запускают каскад реакций с участием лимфоцитов. Дисфункция этих клеток рассматривается как фактор формирования патологической микробиоты, которая приводит к развитию различных местных воспалительных заболеваний. Сепсис следует определять как системный ответ на инфекцию с признаками органной дисфункции.

В настоящее время разработан метод прогнозирования возможного развития септических осложнений на модели домашних животных и установлены критерии оценки показателей PIRO и SAPS при диагностике сепсиса [3, 4]. Заболевание подтверждается характерным клиническим состоянием - апатией, рвотой, диареей, а также морфологическим и биохимическим анализом крови и положительным ПЦР-тестом на наличие инфекции. Прогноз течения заболевания основывался на данных, полученных при поступлении животных в клинику.

Изучение этиологии септических осложнений у животных позволило адаптировать диагностические шкалы PIRO и SAPS, предложить прогностические формулы для основных категорий современной концепции сепсиса и определить роль нейтрофилов как маркерной системы для оценки общего прогноза сепсиса в клинической ветеринарии. Многоступенчатая оценка клинического состояния животных позволяет выявить особей с высоким риском осложнений на ранних стадиях септического процесса и прогнозировать исход заболевания и летальность. Многоэтапная оценка позволяет правильно оценить состояние животного, сократить время постановки диагноза, определить метод начала интенсивной терапии и оптимизировать терапевтическую стратегию для септических животных.

Для определения статистической значимости прогноза течения болезни на основании перевода показателей в баллы по шкалам PIRO и SAPS использовали метод корреляционно-регрессионного анализа, основанный на изучении историй болезни животных [3].

Преимущество шкалы PIRO заключается в том, что она позволяет стратифицировать критически больных пациентов. Анализ представленных данных показал, что модель PIRO обладает прогностической ценностью для комплексной оценки септических осложнений. Обосновано применение этой модели при заболеваниях, связанных с острым вирусным поражением органов и риском развития септических осложнений у собак и кошек [4]. Оценка шкалы PIRO показала прямую зависимость между суммой баллов и риском смерти.

Для принятия оперативных решений по прогнозированию возможных септических осложнений у животных разработан алгоритм мероприятий, включающий оценку клинических проявлений воспалительной реакции (SIRS), синдрома полиорганной недостаточности (MODS) и синдрома компенсаторной противовоспалительной реакции (CARS). Это позволяет определить степень развития клинических проявлений воспалительной реакции и уровень расходования защитных ресурсов организма в результате противовоспалительной реакции. Показатели степени тяжести общего состояния больного животного также влияют на достоверность прогноза исхода заболевания. Рассчитанные параметры прогностической модели исхода заболевания на 86,1% объясняют достоверную зависимость от количества баллов по шкале PIRO при первичном осмотре животных. Достоверная зависимость от количества баллов по шкале SAPS 58,1 % в последующие дни болезни позволяет использовать шкалу SAPS для модификации тактики и стратегии лечения [3].

Сепсис обычно прогрессирует незаметно, и самостоятельное выздоровление может быть затруднено. Развитие органных повреждений при сепсисе связано с неконтролируемым распространением эндогенных воспалительных цитокинов и вторичным высвобождением веществ, которые приводят к дисфункции эндотелия и нарушению оксигенации тканей. Основным фактором, запускающим SIRS, является эндотоксин, который провоцирует высвобождение нескольких медиаторов. Это приводит к формированию «метаболической анархии», которая приводит к образованию токсичных продуктов. Гибель клеток при сепсисе происходит в различных органах. Полиорганная недостаточность развивается и прогрессирует в результате тяжелых неспецифических реакций, сопровождающихся дисфункцией органов.

Система критериев градации сепсиса основана на ряде клинических и лабораторных характери-

стик, определяющих факторы риска и прогноз. Предполагается, что пациенты с одинаковыми показателями имеют одинаковый риск смерти. Шкала SAPS позволяет объективно проанализировать тяжесть состояния пациента и эффективность интенсивной терапии [3]. Отследить начало развития сепсиса можно с помощью мониторинга животных, сделать это можно с помощью шкалы SAPS и PIRO, по показателям которых можно предположить возможное развитие септических осложнений и заблаговременно предотвратить их.

При поступлении пациентов в стационар, помимо клинических симптомов, особое значение придается анализу гематологических и биохимических показателей крови. Для упрощения проведения и унификации критериев тестирования показатели крови преобразуются в баллы SAPS [3, 4].

Заключение. На основании корреляционно-регрессионного анализа мы можем сделать вывод, что шкала PIRO, является достоверным инструментом в прогнозировании септических осложнений и ее применение может помочь предотвратить их развитие. Внедрение шкалы оценки показателей PIRO и SAPS позволяет на ранних сроках септического процесса выделить животных с повышенным риском развития септических осложнений и прогнозировать исход заболевания.

Таким образом, оценка риска и прогноз развития сепсиса у животных позволит не только вовремя и полно выбрать стратегию интенсивной терапии у пациентов с сепсисом, но и профилактировать его развитие, предотвращать прогресс персистирующей органной дисфункции после перенесенного септического эпизода. Осложнения сепсиса часто встречаются при инфекционных заболеваниях собак [2, 4]. Факторы, способствовавшие смерти животных: низкое количество лейкоцитов, указывающее на ослабленную иммунную систему; тяжелая анемия; рвота и диарея, указывающие на тяжелые заболевания желудочно-кишечного тракта; отсутствие положительной динамики, что ухудшило состояние животных в период лечения. Взаимодействие между многоклеточными организмами-хозяевами и микроорганизмами, колонизирующими различные части организма-хозяина, в настоящее время является активно изучаемой темой. В настоящее время используются новые методы исследований для определения физиологического статуса животных.

Список источников

1. Иванюк, В. П. Некоторые аспекты эпизоотологии, патогенеза и лечения парвовирусного энтерита собак / В. П. Иванюк, С. В. Лаптев, Г. Н. Бобкова // Ветеринария, зоотехния и биотехнология. – 2023. – № 5. – С. 51-59. – DOI 10.36871/vet.zoo.bio.202305007. – EDN RCWDVW.
2. Катионные белки в прогностике септических процессов / Е. Д. Неведрова, С. Н. Марзанова, Н. В. Пименов [и др.] // Неделя студенческой науки: Материалы конференции. – Москва: МВА имени К.И. Скрябина, 2022. – С. 245–247. – EDN TTVARV.
3. Катионные белки гранулоцитов в прогностике гнойно-септических патологий в ветеринарной пропедевтике генерализации бактериозов / Н. В. Пименов, С. В. Лаптев, С. Н. Марзанова [и др.]. – Москва: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2023. – 172 с.
4. Клиническая модель PIRO для стратификации животных с сепсисом / С. В. Лаптев, Н. В. Пименов, С. Н. Марзанова, К. Ю. Пермьякова // Актуальные проблемы инфекционной патологии животных и пути их решения: Материалы конф. – Витебск: 2023. – С. 85–88. – EDN FKQQGA
5. Лаптев, С. В. Некоторые аспекты профориентационной работы в школах Москвы по медико-биологическим и биотехнологическим профилям специальностей / С. С. Кулагина // Товароведение, технология и экспертиза: инновационные решения и перспективы развития: Материалы конфер. – Москва: МВА им. К. И. Скрябина, 2021. – С. 59–67. – EDN QPAJIE.
6. Пирожкова С. В. Прогнозирование и его место в системе научного знания/ Вопросы философии. 2018. № 11. С.
7. Столяр А.Г. Прогнозирование результатов трансплантации почки. Диссертация на соискание ученой степени доктора медицинских наук. [Место защиты: ФГБОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И. М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации], Екатеринбург, 2016, 20 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК: 159.9.01

ТРЕВОЖНОСТЬ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕРМИНА, ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ

АНТОШКИНА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА,

к.ф.н., доцент кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

ПОЛЯТКОВА КРИСТИНА СЕРГЕЕВНА

студент

ЧОУ ВО «Брянский институт управления и бизнеса»

*Научный руководитель: Антошкина Екатерина Александровна**к.ф.н., доцент кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин**ЧОУ ВО «Брянский институт управления и бизнеса»*

Аннотация: В статье рассматривается понятие тревожность, которая может проявляться у разных индивидов по-разному: одни тревожатся всегда и по любому поводу, другие время от времени в конкретных ситуациях. В связи с этим выделяют ситуативно-устойчивую и ситуативно-изменчивую тревожность.

Ключевые слова: тревога, тревожность, личность, напряженность, ощущения.

"ANXIETY" AS A PSYCHOLOGICAL PHENOMENON: INTERPRETATION OF THE TERM, FEATURES OF MANIFESTATION

**Antoshkina Ekaterina Alexandrovna,
Polyatkova Kristina Sergeevna***Scientific adviser: Antoshkina Ekaterina Alexandrovna*

Abstract: The article examines the concept of anxiety, which can manifest itself differently in different individuals: some are anxious always and for any reason, others from time to time in specific situations. In this regard, situationally stable and situationally variable anxiety are distinguished.

Key words: anxiety, worry, personality, tension, sensations.

Многогранность понятий «тревога» и «тревожность» связана с тем, что в исследованиях психологов данная категория имеет различного рода значения. Под тревожностью понимает целый набор характеристик: временное состояние психики индивида, свойство личности, промежуточное психологическое состояние, при наличии стресса возникает тщетное ожидание каких-либо социальных последствий и т.д.

Если говорить кратко, то тревожность это признак неблагополучия отдельно взятой личности. В результате возникновения ситуации неопределённости с одновременным возникновением чувства опасности возникает эмоционально крашеное чувство - тревога.

Чувство страха от проявляемой индивидом тревоги является реакцией на реально существующую опасность, тогда как тревожность выражается беспредметным страхом. В общем, тревожность

возникает при ожидании личностью какого-либо неудачного исхода в социальном взаимодействии.

Тревожный человек не только видит возможность опасности, но и стремится всеми возможными способами, установить источник этой опасности. Тревожная личность характеризуется неуверенностью в собственных силах, преувеличении опасности или угрозы, беспомощности по отношению к возможному источнику опасности. Поведенческая характеристика тревоги характеризуется дезорганизацией деятельности человека [5].

Тревога вызывает невроты, основой которых являются противоречий в человеческой психике. По итогу наличие завышенных ожиданий или недостаточность мотивации может привести к тому, что человек убедит себя в наличии угрозы от других людей, или собственного тела или действий [1].

В своем исследовании «Анализ понятия «тревога» в истории психологии» Е.В. Левченко, И.С. Кравцов говорят о важности эмоционального проявления тревоги. С их точки зрения, тревожность – это реакция на ситуацию неопределённости в отношении каких-либо действий, несущих для индивида грозу или опасность. Реакция страха индивида соответствует тому виду угроз, на который это реакция возникла, тогда как в состоянии тревожности, человек преувеличивает опасность, и реакция страха не соответствует действительной угрозе [3].

Необходимо отметить, пишет А. Савенко, что наличие определённого уровня тревожности у индивида свидетельствует о его адекватности. Данный уровень тревожности именуется полезной тревожностью. При полезной тревожности индивид адекватно оценивают свое состояние за счет включения самоконтроля и самовоспитания. Однако при повышенном уровне тревожности уже говорят о неблагополучии индивида в психологическом плане.

Тревожность может проявляться у разных индивидов по-разному: одни тревожатся всегда и по любому поводу, другие время от времени в конкретных ситуациях. Исходя из этого, выделяют ситуативно-устойчивую и ситуативно-изменчивую тревожность.

Первый вид тревожности связывают с личностными характеристиками индивида, так называемой «личностной тревожностью». Индивид с таким видом тревожности имеет предрасположенность к тревожному поведению. Данное поведение характеризуется тем, что на большой спектр ситуаций он реагирует через эмоциональную реакцию угрозы. Если возникает ситуация, несущая угрозу самоуважению или престижу, активизируется личностная тревожность.

Ситуативно-изменчивая тревожность возникает из-за переживаемых индивидом эмоций беспокойства, озадаченности, нервозности и так далее. Или иначе, в данном случае индивид реагирует с различной степенью эмоциональности и заинтересованности на конкретную ситуацию [5].

Отечественная психология подходила к изучению тревожности всегда с чисто научной точки зрения. В частности, А.П. Прихожан отмечал, что при определении тревожности присутствует определённая терминологическая путаница. В большей части в западных научных публикациях, тревожность определялась эмоцией близкой к страху. Тревога — это ситуативное состояние психики, тогда как тревожность более устойчивое психическое состояние. Индивид испытывает тревожность, по мнению автора, когда ему грозит опасность как опциональному субъекту или когда его ценности подвергаются сомнению.

Говоря о тревожности, А.П. Прихожан подчёркивает, что это внутреннее дискомфортное состояние психического дисбаланса. При этом у человека активизируется вегетативная система в случае, если ситуация определяется как неопределённая. Психика запоминает это состояние и, оно становится длительным и устойчивым [1, 3].

Стресс, далее поясняет М.А. Звенигородская, испытываемый индивидом вынуждает его искать способы психологической защиты и адаптации. Основой построения психологической защиты при стрессе являются базовые теории психоанализа. Приоритетом в возникновении тревожности является детский возраст и ошибки в построении межличностных отношений между ребёнком и взрослыми. Страх, перенесённый в детстве — это базис будущей тревожности [2, 4].

К.Р. Сидоров определяет тревогу как эмоциональное состояние, вызванное переживаниями или волнением, усиленное невозможностью определить ее продолжительность и в противостоянии, которому человек не уверен. Если человек адаптируется к проявлению тревоги, он оценивает ее реаль-

ность. При повышенной тревожности человек даже на ситуацию не отличающейся наличием угрозы, воспринимает ее как опасную [3, 6].

Е.В. Левченко и И.С. Кравцов, рассматривая и изучая феномен психических состояний, с полной отдачей трактуют о том, что тревожность, является неким барометром проявления внутреннего дискомфорта или как показатель психического дисбаланса. При активации вегетативной нервной системы человек ощущает неопределенность и непредсказуемость ситуации. Тревожное состояние характеризуется устойчивым паттерном психоэмоциональных процессов, происходящих на фоне доминирующих эмоций или чувств [3].

А.В. Петровский отмечал, что тревожные состояния возникают у людей на фоне перенесённых стрессов или при наличии соматических заболеваний [4].

Таким образом, можно сказать, что тревожность может быть как отдельным фактором в психологическом состоянии индивида, так и следствием других факторов, таких как депрессивность или неустойчивость в эмоциональном плане.

Тревожность может вызываться большим числом ситуаций и событий. При этом одни индивиды готовы всегда тревожиться, а другие переживают в определённых обстоятельствах. Определяя тревожность как психическое состояние, охарактеризуем его, как состояние психики, вызываемое наличие вероятности событий неприятного или опасного для индивида исхода.

Применяемый к определению тревожности функциональный подход определяет данное состояние как процесс, которые включает в себя сочетание когнитивных, аффективных и поведенческих реакций на потенциально опасную ситуацию, отмечают многие авторы [5, 7].

Таким образом, поведение индивида в потенциально опасной ситуации характеризуется степенью его реакции, определяется силой его ситуативной тревожности и эффективностью применяемым индивидом мер, направленных на снижение негативных последствий, и адекватностью его когнитивной оценки.

Список источников

1. Антошкина, Е.А., Банная, С.А. Механизмы формирования мотивов социального поведения людей // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Гуманитарные науки. 2018. - № 12. - С. 49-53.
2. Беляев, М. К. Управление персоналом на предприятии. Социально-психологические проблемы: тренинг персонала. Учебное пособие / Беляев М. К. – Волгоград: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2022. – 212 с.
3. Будаева Э.В. Влияние социально-психологического климата на межличностные отношения в трудовом коллективе / Э.В. Будаева // Вестник бурятского государственного университета. – 2021. – №6. – С. 92–95.
4. Дикая, Л. Г. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы: учебное пособие / Дикая Л. Г. – Москва: Пер Сэ, 2023. – 624 с.
5. Левченко, Е.В., Кравцов, И.С. Анализ понятия «тревога» в истории психологии [Текст] // История образования и психологии. Специальное образование. – 2011. – № 2. – С.69-75.
6. Мешкова, И.В. Личностная тревожность как фактор адаптации студентов-первокурсников педагогического вуза [Текст] // Проблемы современного педагогического образования. – 2020. – № 67. – С. 416-419.
7. Романчук А.А. Социальные отношения в трудовом коллективе и проявление психологических и психосоматических симптомов стресса: сб. науч. тр. III Междунар. Телеконференции «Проблемы и перспективы современной медицины, биологии и экологии». Том 1. №4. – Томск, 2022. – 350 с.

УДК 378.147.34

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В ПРЕПОДАВАНИИ МИКРОБИОЛОГИИ

**ЧАКАЛИДУ КРИСТИНА ДИОНИСИС,
НЕСТЕРОВА ИРИНА ВАЛЕРЬЕВНА,
САДЫКОВА СОФЬЯ ЗИНУРОВНА**

студентки 2 группы 3 курса лечебного факультета
ФГБОУ ВО «Саратовский государственный медицинский университет им. В.И.Разумовского»

*Научный руководитель: Соболева Елена Федоровна,
к.б.н.*

*Ходакова Наталья Геннадьевна,
к.м.н.*

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный медицинский университет им. В.И.Разумовского»

Аннотация: В последние годы в российской системе медицинского образования происходит модернизация учебного процесса. Постоянные изменения ставят преподавателя перед необходимостью поиска педагогических подходов, которые должны мотивировать студентов к успешной учебе и личностному развитию. Обстоятельства обязывают повышать требования к профессиональным и личностным характеристикам преподавателя, приводят к необходимости освоения актуальных компетенций, требуют поиска новых педагогических подходов, повышающих мотивацию обучающихся, активно вовлекая их в учебный процесс для достижения образовательных целей. В данной статье рассматриваются характерные особенности методологических подходов в преподавании микробиологии в медицинском вузе. В ходе проведения исследования были использованы научные и социологические методы, такие как синтез, анализ, метод наблюдения, и также проведено онлайн-анкетирование 233 обучающихся.

Ключевые слова: методика преподавания, кафедра микробиологии, обучающиеся, качество образования.

FEATURES OF METHODOLOGICAL APPROACHES IN TEACHING MICROBIOLOGY

**Chakalidu Kristina Dionisis,
Nesterova Irina Valeryevna,
Sadykova Sofya Zinurovna**

*Scientific adviser: Soboleva Elena Fedorovna
Khodakova Natalia Gennadiyevna*

Annotation. In recent years, the Russian medical education system has been modernizing the educational process. Constant changes put the teacher in front of the need to find pedagogical approaches that should motivate students to successful study and personal development. Circumstances oblige to increase the requirements for the professional and personal characteristics of the teacher, lead to the need to master relevant

competencies, require the search for new pedagogical approaches that increase the motivation of students, actively involving them in the learning process to achieve educational goals. This article examines the characteristic features of methodological approaches in teaching microbiology at a medical university. During the research, scientific and sociological methods such as synthesis, analysis, and observation were used, as well as an online survey of 233 students.

Keywords: teaching methods, Department of Microbiology, students

В Саратовском государственном медицинском университете осуществляется обучение по специальности «врачебное дело» на английском и французском языках, что свидетельствует о высоком уровне репутации вуза и качестве подготовки иностранных специалистов. Однако процесс обучения иностранных студентов в российских высших учебных заведениях имеет свои особенности. Это связано с тем, что они попадают в совершенно новые условия, которые значительно отличаются по моральным, культурным и психологическим аспектам. Иностранные студенты сталкиваются с непростыми процессами адаптации к российской действительности, нормам поведения в студенческой среде, а также к особенностям самостоятельной жизни вдали от семьи и родной страны. Они учатся преодолевать языковой барьер и эффективно организовывать свою учебную деятельность [1-4]. Этот адаптационный период совпадает с изучением сложных теоретических дисциплин, таких как медицинская микробиология.

Учитывая вышеизложенное, необходимо обобщить и проанализировать опыт преподавания дисциплин «Микробиология» и «Вирусология» для успешного освоения учебной программы и подготовки медицинских специалистов. В рамках данного исследования была проведена онлайн-анкета среди студентов 2-3 курсов с целью выяснения, какие образовательные подходы наиболее эффективно способствуют повышению вовлеченности студентов в учебный процесс и мотивируют их к активной работе в аудитории. На вопрос о том, какие педагогические методы способствуют повышению вовлеченности, 90,5% респондентов выбрали «ролевые игры». Эффективность решения ситуационных задач отметили 95,2% опрошенных, а 52,4% указали на увлекательность «видео-кейсов». Кроме того, 66,7% студентов подчеркнули значимость дистанционного формата лекций.

Результаты исследования показывают, что современное поколение студентов предпочитает получать информацию в интерактивной игровой форме. Эти обстоятельства требуют от преподавателей внедрения не только традиционных методов обучения, но и цифровых инструментов. Важно также разнообразить виды деятельности в ходе занятия, чтобы переключать внимание студентов с одной задачи на другую, поскольку длительное сосредоточение на однообразной работе может быть затруднительным. Умение использовать цифровые инструменты создает оптимальные условия для активного вовлечения студентов в учебный процесс, формирования профессиональных компетенций и раскрытия их индивидуальных творческих способностей [5, с. 157].

Современная образовательная деятельность предполагает возможность свободного доступа к различным информационным ресурсам как для студентов, так и для преподавателей. Эффективное функционирование информационно-образовательной среды обеспечивается с помощью дистанционных образовательных технологий и информационно-коммуникационных технологий, без которых невозможно представить процесс обучения студентов [1-4]. Внедрение инновационных технологий в медицинском вузе способствует решению задач самостоятельной работы студентов, повышению их общего и культурного уровня, а также активизации контроля качества образования.

Список источников

1. Белоусова М.Н. Подготовка специалистов в высших учебных заведениях в реалиях цифровой трансформации // Современные проблемы науки и образования. 2023. № 6. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=33052> (дата обращения 09.11.2024).

2. Дудко В.В. Исследование вовлечённости студентов бакалавриата в обучение по курсу педагогики с использованием веб-приложения LearningApps // Компьютерные инструменты в образовании. 2022. № 2. С. 76-96.
3. Исаева Г.Ш., Габидуллина С.Н. Актуальные аспекты преподавания микробиологии в медицинском вузе и подготовки врачей-микробиологов на современном этапе // Бактериология, 2018, т. 3, №2, С. 51-56.
4. Мельничук М.В., Белогаш М.А. Вовлеченность студентов как фактор повышения эффективности образовательного процесса // Вестник Финансового университета. 2023. № 13. С. 93-99.
5. Передних Л.В. Современные педагогические инструменты мотивации и вовлечения студентов поколения «z» в образовательный процесс // Современные проблемы науки и образования. - 2024. - № 3.; URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=33493> (дата обращения: 13.11.2024).21:59

УДК 159.922.38

ВЛИЯНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С МАТЕРЬЮ НА РОМАНТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ ДОЧЕРЕЙ

ФАМ ВО АНЬ ТХИ

студент кафедры политического анализа и социально-психологических процессов
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

*Научный руководитель: Козырева Валентина Валерьевна
канд. психол. наук, доц. каф. политического анализа и социально-психологических процессов
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия*

Аннотация: В данной статье рассматривается взаимосвязь между типом отношений матери и дочери и построением романтических отношений у женщин во Вьетнаме и России. Определяющим фактором в этом контексте выступает модель взаимодействия, включающая в себя поддержку, оказываемую матерью, и чувство благодарности дочери. Для исследования данной взаимосвязи были использованы два метода: «Опросник для определения типа привязанности к матери» М.В. Яремчука и «Трентские шкалы взаимоотношений» E. Scharfe. Полученные результаты указывают на то, что негативная модель привязанности к матери коррелирует с негативным паттерном поведения в романтических отношениях, а позитивная – с позитивным. Кроме того, исследование выявило различия в типах отношений между матерями и дочерьми в России и во Вьетнаме. Российские женщины демонстрируют более благоприятные отношения со своими матерями, что, в свою очередь, положительно сказывается на качестве их романтических отношений по сравнению с вьетнамскими женщинами.

Ключевые слова: Отношение с матерью, романтическое отношение, любовь, поддержка, матери и дочери, русские женщины, вьетнамские женщины.

THE INFLUENCE OF THE RELATIONSHIP WITH THE MOTHER ON THE ROMANTIC RELATIONSHIPS OF DAUGHTERS

Pham Vo Anh Thu

Scientific adviser: Kozyreva Valentina V.

Abstract: This research investigates the correlation between the mother-daughter relationship and the formation of romantic relationships in women from Russia and Vietnam. The study defines the mother-daughter relationship as encompassing both the support provided by the mother and the daughter's recognition of that support. Employing two established methodologies, namely M.V. Yaremchuk's "Questionnaire for determining the type of attachment to the mother" and E. Scharfe's "Trent scales of relationships," the research explores how the quality of the mother-daughter bond influences women's romantic experiences. The findings suggest a direct correlation between these two types of relationships: negative dynamics within the mother-daughter relationship tend to manifest as negativity in romantic partnerships, while positive mother-daughter interactions are associated with more fulfilling romantic relationships. Furthermore, the study reveals that Russian women generally demonstrate a more positive relationship with their mothers compared to Vietnamese women. This disparity in maternal bonds is reflected in the higher levels of positivity observed in the romantic relationships of Russian women.

Key words: Relationship with mother, romantic relationship, love, support, mother and daughter, Russian women, Vietnamese women.

Литературный обзор. Влияние родителей играет решающую роль в формировании психологических черт личности и способах построения межличностных отношений. В соответствии с теорией социального обучения Альберта Бандуры, дети усваивают нормы социального взаимодействия посредством наблюдения за поведением родителей, которые выступают в качестве модели для их включения в общественную жизнь [1]. Помимо этого, социально-эмоциональная компетентность родителей оказывает существенное влияние на адаптацию детей к различным социальным отношениям. Способность родителей управлять своими эмоциями и демонстрировать просоциальное поведение служит образцом для детей, способствуя формированию у них аналогичных навыков и минимизации отклоняющегося поведения [2]. Таким образом, процесс социализации ребенка начинается с установления тесных отношений с родителями и усвоения ими социальных норм, а также овладения навыками эмоционального регулирования, что необходимо для построения разнообразных межличностных связей [3], в том числе и романтических. Исследование Мэтью Окелло выявило, что материнская любовь к ребенку более сильна, чем отцовская. Период грудного вскармливания, по его мнению, является ключевым этапом в формировании отношений ребенка с окружающим миром, поскольку он способствует установлению биологической и физиологической связи между матерью и ребенком. Это свидетельствует о решающей роли матери в жизни ребенка: она не только дарует ему жизнь, но и направляет его развитие на протяжении многих лет до момента достижения им самостоятельности [4].

Взаимодействие матери и дочери оказывает значительное влияние на формирование романтических отношений у последней. Романтическая эмоция, включающая в себя установки, познания и поведение партнеров, является основой для создания романтической связи - эмоционально-психологической и физической близости между двумя людьми [5]. Отношения с матерью служат фундаментом, на котором дочь строит свое понимание, чувства и ожидания в контексте близких отношений [6]. Наблюдая за поведением матери, её проявлениями любви к мужу и дочери, а также способами разрешения конфликтов, дочь формирует собственные ожидания от романтических отношений [7]. В свою очередь, эти ожидания влияют на её поведение в отношениях, определяя стратегии построения связей и преодоления возникающих конфликтов [8]. Кроме того, мать может давать дочери прямые советы относительно выбора партнера, стандартов поведения в отношениях и самозащиты. Исследования показывают, что дочери склонны следовать поведенческим моделям матери. Если мать не выражает свою позицию четко, дочери может быть сложно принять самостоятельное решение. Также установлено, что если дочь чувствует себя неуважительно со стороны матери (постоянное вмешательство, приоритет интересов других над собственными), она будет стремиться к подобным отношениям и более склонна доверять мнению окружающих, чем собственной интуиции [9].

Методы исследования: Для исследования были использованы следующие методы: «Трентские шкалы взаимоотношений» E. Scharfe и «Опросник для определения типа привязанности к матери» М.В. Яремчука.

В исследовании приняли участие 30 вьетнамских и 30 российских женщин в возрасте 18-35 лет. Из 30 вьетнамских женщин в возрасте от 18 до 35 лет, из 30 российских женщин в возрасте от 18 до 35 лет.

Результаты исследования и их анализ

Информация о типах привязанности к матери у женщин была получена с использованием методики «Опросник для определения типа привязанности к матери» М.В. Яремчука. Результаты будут проанализированы для определения шкалы с наивысшим баллом. Шкала имеет самый высокий балл будет считаться доминирующей характеристикой типа привязанности к матери у данной женщины. Результаты сбора данных о типах привязанности к матери у вьетнамских и русских женщин представлены в таблице 1.

Анализ статистических данных свидетельствует о том, что среди вьетнамских женщин преобладают надежной привязанности тип (60% респондентов), следует тип - это избегающий (33,3% респондентов). Наименее уровень выраженности тип - тревожно-амбивалентный (только 6,7% респондентов). У русских женщин наблюдается аналогичное выражение. Самый высокий тип привязанности является надежный (70% респондентов), следующий идет избегающий тип (20% респондентов) и, наконец, самый

низкий уровень выражения является тревожно-амбивалентным типом (10% респондентов). Таким образом, отношения с матерью у российских вьетнамских женщин характеризуются прочностью, поддержкой и признанием со стороны матери, мать предоставляет дочери достаточно самостоятельности. Уровень надежной привязанности в России выше (70% против 60%), а уровень избегающей привязанности ниже (20% против 33,3%) чем во Вьетнаме. Это указывает на более позитивные отношения с матерью у русских женщин, которые получают больше поддержки и одобрения из матери. В то же время, во Вьетнаме наблюдается тенденция к более избегающим типам отношений, с меньшей степенью позитивного внимания со стороны матери. Тем не менее, в обеих странах уровень конфликтности в отношениях матерей и дочерей низкий, что говорит о взаимном уважении и предоставлении свободы выбора.

Таблица 1

Типа привязанности в отношениях с матерями у вьетнамских и русских женщин

Тип привязанности	Вьетнамских респондентов		Русских респондентов	
	Количество	Проценты	Количество	Проценты
Надежная привязанность	18	60%	21	70%
Тревожно-амбивалентная привязанность	2	6,7%	3	10%
Избегающая привязанность	10	33,3%	6	20%

Составлено автором по материалам исследования

Информация о типах привязанности в любовных отношениях у женщин была получена с помощью методики «Шкалы взаимоотношений из Трента» (E. Scharfe). Шкала с наивысшим баллом считается доминирующей характеристикой, проявляющейся в отношениях с матерью у женщин. Результаты исследования типов привязанности в любовных отношениях у женщин во Вьетнаме и России представлены в таблице 2.

Таблица 2

Тип привязанности в романтических отношениях у вьетнамских и русских женщин

Тип привязанности	Вьетнамских респондентов		Российских респондентов	
	Количество	Проценты	Количество	Проценты
Надежная	10	33,3%	14	46,7%
Тревожная	3	10%	4	13,3%
Избегающая	4	13,3%	3	10%
Боязливая	13	43,4%	9	30%

Составлено автором по материалам исследования

Исследование стилей привязанности у вьетнамских и русских женщин показало интересные сходства и различия. В обеих группах респондента преобладают два противоположных типа привязанности: надежный и боязливый тип. Во Вьетнаме боязливый тип встречается чаще (боязливый является 43,4% а надежный 33,3%), в России доминирует надежный тип (надежный является 46,7%, боязливый является 30%). Типы привязанности тревожный и избегающий выражены слабее в обеих группах респондента. Вьетнамские женщины показывают более низкие показатели по типу тревожному - 10%, избегающему - 13,3%), чем русских женщин (тревожный тип только составляет 13,3%, избегающий составляет 10%). Таким образом, можно видеть, что русские женщины имеют более высокий уровень позитивного эмоционального выражения в отношениях, чем вьетнамские. Кроме того, обе группы ценят близость и доверие в отношениях, не стремясь к чрезмерному привлечению внимания или избеганию

близости. Необходимо отметить, что вьетнамские женщины, возможно, больше ценят независимость в отношениях, в то время как русские женщины стремятся к большему одобрению со стороны партнера.

Таблица 3

Корреляционный анализ с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена

Трентские шкалы взаимоотношений» E. Scharfe	«Опросник для определения типа привязанности к матери» М.В Яремчука.					
	Надежная привязанность		Тревожно- амбивалентная привязанность		Избегающая привязанность	
	г	р значения	г	р значения	г	р значения
Надежная	0,78	p<0,05	0,167	p>0,05	0,322	p<0,05
Тревожная	0,66	p>0,05	0,74	p<0,05	0,306	p<0,05
Избегающая	0,276	p<0,05	0,267	p<0,05	0,77	p<0,05
Боязливая	0,006	p>0,05	0,75	p<0,05	0,76	p<0,05

Составлено автором по материалам исследования

Исследование, проведенное с использованием коэффициента Спирмена, выявило взаимосвязь между типами привязанности в отношениях с матерью и типами привязанности в романтических отношениях у женщин. Результаты показывают, что выраженность надежной привязанности к матери оказывает влияние на развитие как надежной, так и избегающей привязанности в романтических отношениях. При этом влияние на надежную привязанность в романтике более значимо. Данный вывод подтверждается статистикой: у вьетнамски и русских женщин тип надежной привязанности к матери превышает 60%, а тип надежной привязанности в романтических отношениях составляет 33,3% во Вьетнаме и 46,7% в России.

Более того, что тревожно-амбивалентный и избегающий привязанности тип к матери связанный с тревожной привязанностью в романтических отношениях. Тип избегающей привязанности в романтике составляет 13,3% во Вьетнаме и 10% в России, в то время тип избегающей привязанности к матери имеет 33,3% во Вьетнаме и 20% в России. Аналогично, тревожно-амбивалентная привязанность к матери (составляет 6,7% во Вьетнаме и 10% в России) оказывает влияние на развитие тревожной привязанности в романтических отношениях. Важно отметить, что позитивная привязанность к матери (тип надежной привязанности) меньше влияет на избегающую привязанность в романтике по сравнению с негативным привязанности типом (тревожно-амбивалентной и избегающей). Таким образом, можно подтверждать, что типы привязанности к матери напрямую связаны с типами привязанности в романтических отношениях. Позитивные типы привязанности к матери способствуют развитию позитивных типов привязанности в любви, а негативные - негативным.

Заключение: Исследование демонстрирует тесную связь между типом привязанности, выработанным в отношениях с матерью, и характером построения романтических отношений у женщин. Формирование позитивных моделей привязанности с матерью способствует развитию здоровых и гармоничных любовных отношений. В то же время, негативные паттерны взаимодействия с матерью могут стать причиной возникновения проблем в сфере личной жизни. В частности, установлено, что наличие безопасного типа привязанности с матерью благоприятствует формированию аналогичного типа привязанности в романтических отношениях и оказывает незначительное влияние на развитие тревожной и избегающей моделей привязанности.

Список источников

1. Бандура А. Теория социального научения. — СПб.: Евразия. - 2000. - 320 с.
2. Евтушенко А.М. Влияние родителей на развитие и поведение детей. // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2015. - С. 61-66.

3. Супе И., Мартинсоне Б., Чефаи С., Конте Э. Изменения в социально-эмоциональных навыках и поведении детей дошкольного возраста после участия в программе "Укрепление психического здоровья в школах": Социально-эмоциональные навыки родителей как посредников // Быть или не быть великим педагогом. – 2023. – С. 824-837.
4. Окелло М. Роль родителей в образовании своих детей // Африканский журнал образования и практики. – 2023. – С. 27-37.
5. Сычев О. Социально-психологические факторы, влияющие на удовлетворенность отношениями в молодых супружеских парах. //Социальная психология и общество. – 2017/ - С. 56–74.
6. Джонс К. С., Янг С. Л. Связь между образом тела матери и дочери: воспринимаемая роль мыслей, слов и действий матерей // Журнал семейного общения. – 2021. – С. 118–126.
7. Харт Э. Взаимозависимость трудностей в регуляции эмоций у пары Мать–дочь в подростковом возрасте: влияние на тревожность, депрессивные симптомы и качество отношений // Восточно-Мичиганский университет. – 2023. – С. 1-20.
8. Ромо Л. Ф., Уртадо А. "Знай себе цену и действуй осторожно": послания дочерям от матерей мексиканского происхождения в беседах о свиданиях и романтических отношениях// Культура, здоровье и сексуальность. – 2021.- С. 1-15.
9. Пузырёва Л. А. Влияние субъективного образа матери на формирование созависимого поведения дочери // Вестник ВятГУ. – 2022. – С.- 159-166.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПО РАЗВИТИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

БИШКО ЕВГЕНИЙ МИХАЙЛОВИЧ,

магистрант,

ПОПОВ СЕРГЕЙ АНАТОЛЬЕВИЧ

к.т.н., доцент

НИКОЛАЕВ ДАНИИЛ СЕРГЕЕВИЧ

бакалавр

ОЧУВО «Московский инновационный университет», г. Москва

Аннотация: В представленной статье проводится сравнительный анализ вовлечённости населения страны в занятия физической культурой и спортом с данной проблематикой на региональной уровне (на примере Тульской области). Рассматриваются вопросы реализации в Тульской области Стратегии развития физической культуры и спорта.

Ключевые слова: спорт, государство, регион, физическая культура, граждане, вовлечённость, инфраструктура.

ANALYSIS OF THE ORGANIZATION OF WORK ON THE DEVELOPMENT OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS IN THE TULA REGION

Bishko Evgeny Mikhailovich,**Popov Sergey Anatolyevich,****Nikolaev Daniil Sergeevich**

Annotation: The article presents a comparative analysis of the involvement of the country's population in physical education and sports with this issue at the regional level (using the example of the Tula region). The issues of implementation of the Strategy for the development of physical culture and sports in the Tula region are considered.

Keywords: sport, state, region, physical culture, citizens, engagement, infrastructure.

Актуальность проблематики рассмотрения вопросов реализации государственной политики в сфере культуры и спорта определяется, прежде всего, тем фактом, что данное направление является в настоящее время весьма востребованным в обществе. Причём, речь идёт не только о профессиональных спортсменах, но и о простых гражданах, для которых занятие спортом является способом проведения досуга.

Подтверждением данного вывода служат данные статистики, представляющие динамику вовлечённости в занятие физической культурой и спортом (Рисунок 1)

Доля граждан 3-79 лет, систематически занимающихся физической культурой и спортом

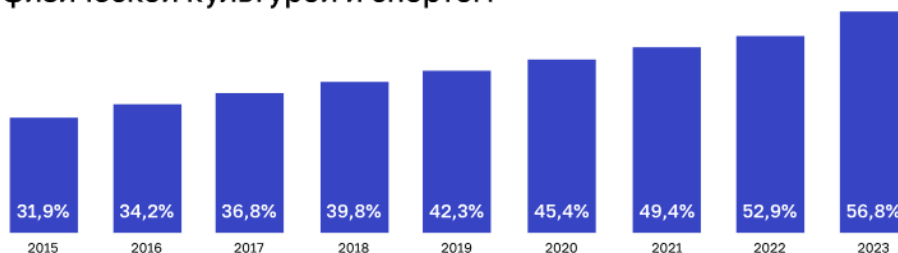


Рис. 1. Динамика прироста количества граждан, занимающихся физической культурой и спортом

На рисунке 2 представлен возрастной и гендерный состав граждан, вовлечённых в занятия спортом.

Состав граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом

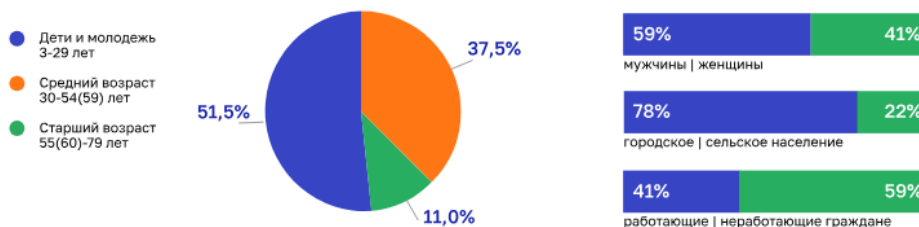


Рис. 2. Возрастной и гендерный состав граждан, занимающихся физической культурой и спортом [1]

Приведённые статистические данные свидетельствуют о возрастающем интересе населения в реализации своего физического потенциала путём занятий спортом, прежде всего - это граждане в возрасте от 30 до 59 лет. Что не удивительно, поскольку занятия спортом способствуют сохранению здоровья, активной жизненной позиции, формированию позитивных личностных установок.

Для молодого поколения занятие спортом служит возможностью уйти от криминогенного социума, так называемых «плохих компаний», а также вести здоровый образ жизни. Тем самым, занятия спортом уменьшают социальную напряжённость и играют важную роль в воспитании здорового и теплом, и духом поколения.

Важную роль играет спорт в развитии как государства в целом, что подтверждается целым рядом принятых законодательных актов, призванных осуществить правовое регулирование данной сферы общественных отношений, так и регионов. [2]

В частности, в Тульской области успешно функционирует большое количество спортивных школ, которые уже «вырастили» множество победителей как соревнований как общероссийского, так и международного уровня.

Имеет место большое количество объектов спортивной инфраструктуры, среди которых следует выделить:

1. Дворцы спорта (например, грандиозным спортивным объектом является Ледовый дворец, на базе которого функционируют спортивные кружки и секции, профессиональная хоккейная команда, а также проводятся соревнования по фигурному катанию, хоккею, следж-хоккею).

2. Спортивные стадионы (например, стадион «Арсенал»).

3. Тульский велотрек.

4. Спортивные площадки и др.

Кроме того, на территории Тульской области продолжается постройка и ремонт целого ряда

спортивных объектов. В частности, строится крытый футбольный манеж на ул. МОПра, ФОК с бассейном в пос. 2-й Западный, легкоатлетический манеж на 2 500 мест на ул. Санаторной и др.

В частности, Министр спорта Тульской области Дмитрий Яковлев сообщил, что в регионе работают более 1 500 спортивных объектов.

Ежегодно в Тульской области проводится более 120 физкультурных мероприятий для людей всех возрастов. В колледжах и вузах созданы студенческие клубы по 20 видам спорта. На их базе работают 51 секция и около 80 студенческих сборных команд. В 2023 году более 20 000 студентов приняли участие в 44 спортивных мероприятиях. [3]

Среди самых массовых праздников спорта, проводимых в Тульской области, следует отметить легкоатлетические забеги по историческим местам Тулы и области: забег «Ночная Тула», легкоатлетический пробег «Охотничьи тропы Тургенева», тульский марафон «Щит и меч», полумарафон «Оружейная столица». За 2 года в них приняли участие более 21 000 человек из 37 регионов РФ.

Сравнительный анализ достигнутых Тульским регионом результатов относительно вовлеченности населения в занятие физической культурой и спортом, а также уровня обеспеченности спортивной инфраструктурой и планируемых результатов, обозначенных в Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 г.[4] представлен на рисунке 3.

Достижение показателей Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года

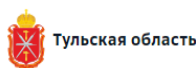


Рис. 3. Показатели вовлечённости граждан в занятие спортом в Тульской области

Таким образом, анализ данных показателей позволяет сделать следующие выводы:

1. Доля граждан Тульской области в возрасте от 3 до 79 лет, которые систематически занимаются ФКиС составляет 61,2%. (вместо запланированных 56,2)

2. Доля лиц с ОВЗ и инвалидов, систематически занимающихся ФКиС составляет 24,8%. (вместо запланированных 26,1%)

3. Доля граждан в возрасте 30-54 (59) лет, систематически занимающихся ФКиС – 94,8% (вместо запланированных 94,7%)

4. Доля граждан в возрасте 55 (60) -79 лет, систематически занимающихся ФКиС – 28% (вместо запланированных 22,5%)

5. Уровень обеспеченности граждан спортивными сооружениями исходя из ЕПС – 68,7% (вместо запланированных 68%)

Относительно показателей, запланированных Стратегией, лишь количество граждан с ОВЗ и инвалидов, систематически занимающихся ФКиС составляет ниже запланированного значения (на 1,3%), остальные показатели превышают исходные значения, закреплённые в документе.

Кроме того, ещё одним направлением развития физической культуры и спорта в нашей стране стало выполнение возрождённой по инициативе Президента Российской Федерации сдачи норм ГТО.

Так, за последние 4 года в Тульском регионе было создано 17 центров тестирования по выполнению нормативов испытаний ГТО. За период их внедрения более 42 тысяч человек приступили к выполнению нормативов испытаний, более 30 тысяч из них данные нормативы выполнили.

Также, необходимо отметить, что развитие спорта на региональном уровне способствует росту экономического потенциала региона.

Список источников

1. Показатели развития [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://emir.gov.ru/analytics/indicators/sports-development/ru-tul> (дата обращения 04.11.2024)
2. Щепотьев, А. В. Современные тенденции развития спорта в России (на примере Тульской области) / А. В. Щепотьев, Е. Д. Лукьянова. — Текст: непосредственный // Образование и воспитание. — 2018. — № 5 (20). — С. 4-8.
3. Тульская область - за здоровый образ жизни! [Электронный ресурс] Режим доступа: WWW.TULA.KP.RU: <https://www.tula.kp.ru/daily/27563/4832150/> (дата обращения 04.11.2024)
4. Распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 3081-р Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2030 года [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.garant.ru> (дата обращения 04.11.2024)

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ЛУЧШИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2025

Сборник статей

Международного научно-исследовательского конкурса

г. Пенза, 8 января 2025 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 9.01.2025.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 5,8

МЦНС «Наука и Просвещение»

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

www.naukaip.ru

