

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Российский государственный университет
социальных технологий

**VIA SCIENTIARUM –
ДОРОГА ЗНАНИЙ**

*Научный периодический
рецензируемый журнал*

№ 3(1), 2025

«VIA SCIENTIARUM – ДОРОГА ЗНАНИЙ»

Научный периодический рецензируемый журнал

№ 3(1), 2025

Состав Редакционного совета

Главный редактор

Литвиненко Инна Леонтьевна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и управления,
ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет
социальных технологий»,
член Общественного совета при Министерстве науки
и высшего образования Российской Федерации,
член Комитета по образованию и социальной политике при ТПП РФ

Члены Редакционного совета

5.1. ПРАВО

| | |
|--------------------------------------|---|
| Хакимов Руслан Мадаминджанович | кандидат юридических наук, доцент, и.о. декана факультета экономики, директор ресурсного учебно-методического центра, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия |
| Байрамов Фарман Джангирович | кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры гражданского права и процесса, факультет юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия |
| Черкашина Наталья Валерьевна | кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и процесса, факультет юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия |

5.2. ЭКОНОМИКА

Нестеренко
Юлия
Николаевна

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой минерально-сырьевого комплекса, факультет экономики, ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе», г. Москва, Россия

Лабейко
Ольга
Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики, факультет экономики и права, УО «Барановичский государственный университет», г. Барановичи, Белоруссия

Тимохин
Дмитрий
Владимирович

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия

5.3. ПСИХОЛОГИЯ

Котовская
Светлана
Владимировна

доктор психологических наук, доцент, заведующая кафедрой кафедры педагогики и психологии, факультет психологии и педагогики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия

Беленкова
Лариса
Юрьевна

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии, факультет психологии и педагогики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия

5.4. СОЦИОЛОГИЯ

Руднева
Марина
Яковлевна

кандидат социологических наук, доцент, декан факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия

Сёмочкина
Наталья
Николаевна

кандидат социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и медиакоммуникаций, факультет социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия

5.6. ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Корнеев
Константин
Анатольевич

кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Центра японских исследований ИКСА Российской академии наук,
г. Москва, Россия

Печищева
Людмила
Александровна

кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры зарубежного регионоведения и внешней политики факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Историко-архивного института, ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»,
г. Москва, Россия

5.7. ФИЛОСОФИЯ

Воронцов
Евгений
Алексеевич

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций, факультет социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

Оводова
Светлана
Николаевна

кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой социокультурных практик и коммуникаций, факультет культурологии, ФГАОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»,
г. Москва, Россия

5.8. ПЕДАГОГИКА

Руденко
Игорь
Леонидович

кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета психологии и педагогики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

Кудряшова
Светлана
Константиновна

кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии, факультет психологии и педагогики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

5.9. ФИЛОЛОГИЯ

Пестова
Мария
Сергеевна

кандидат филологических наук, доцент, декан факультета иностранных языков, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

Устиновская
Алёна
Александровна

доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков и межкультурной коммуникации, факультет иностранных языков, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

2.3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Шиканов
Алексей
Юрьевич

кандидат технических наук, доцент, декан факультета цифровых технологий и кибербезопасности, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

Ахмедов
Руслан
Эддарович

кандидат физико-математических наук, доцент, доцент кафедры информационных технологий и кибербезопасности, факультет цифровых технологий и кибербезопасности, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий»,
г. Москва, Россия

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

107150 г. Москва,
ул. Лосиноостровская, д.49,
Редакция журнала
«Via scientiarum — Дорога знаний»
Телефоны: (499) 160-92-00;
(499) 748-32-36.
Факс: (499) 160-22-05.

Номер свидетельства
о регистрации средства массовой
информации
ПИ №ФС 77-61984 от 02.06.2015
ISSN 2306-5362
Интернет: www.rgust.ru,
e-mail: litvinenko@rgust.ru

Содержание

5.1. – ПРАВО

| | |
|---|----|
| <i>Антропов Е.А.</i> Историко-правовой анализ развития права на образование в контексте эволюции прав человека | 8 |
| <i>Загвоскин С.В.</i> Правовые аспекты защиты от финансовых пирамид | 17 |
| <i>Подкидышев С.К., Подкидышева Ю.К.</i> Эволюция правового регулирования игр и пари в историческом контексте: от древних традиций к современным стандартам | 22 |

5.2. – ЭКОНОМИКА

| | |
|--|----|
| <i>Агафонов П.В.</i> Особенности цифровизации в сфере финансового менеджмента | 26 |
| <i>Базурова К.Е.</i> Инструменты и стратегии международного маркетинга | 33 |
| <i>Казаков М.Ю.</i> Управление рисками как фактор повышения финансовой устойчивости предприятия | 39 |
| <i>Левина А.Д.</i> Влияние данных из социальных сетей на бизнес-решения | 44 |
| <i>Медникова Д.Д.</i> Дизайн как инструмент социальной инклюзии: обеспечение доступности цифровой среды и общественных пространств для различных культурных групп | 49 |
| <i>Уланова А.Д.</i> Внедрение системы 5S как способ повышения производительности труда | 57 |
| <i>Штана А.В.</i> Основные стратегии комплекса международного маркетинга | 63 |
| <i>Эврикова А.Г.</i> Комплекс мер по формированию спроса и стимулированию сбыта на зарубежных рынках | 69 |

5.3. – ПСИХОЛОГИЯ

Андросов Е.И.

Психолого-педагогические аспекты и пути решения проблемы обеспечения психологического благополучия детей с расстройствами аутистического спектра в России 76

Кесарева А.С.

Психологические последствия чрезвычайных ситуаций: трансформация личности и ценностно-смысловых ориентаций 82

5.4. – СОЦИОЛОГИЯ

Аль-Батал И.М.

Мотивирующие и демотивирующие факторы социально-политического участия на примере московской студенческой молодежи 89

Посидайло С.В.

Классические теории социализации в применении к современным формам коммуникации подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) 99

5.7. – ФИЛОСОФИЯ

Ондар К.К.

Идеалистическое измерение человеческого существования: обзор основных подходов 106

5.9. – ФИЛОЛОГИЯ

Абдулаева С.М.

Лингвокультурологические исследования. Стереотипы и их влияние на межкультурную коммуникацию 112

Ибрагимова А.И.

Особенности перевода фразеологизмов с элементом-фитонимом с английского языка на русский 118

Тагирова Х.И.

Специфика перевода заголовков английских и американских газет ... 122

УДК 34
ББК 67

*Антропов Е.А.
Научный руководитель: д.ю.н., Сидоркин А.И.*

**ИСТОРИКО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРАВА
НА ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ ЭВОЛЮЦИИ ПРАВ
ЧЕЛОВЕКА**

**HISTORICAL AND LEGAL ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT
OF THE RIGHT TO EDUCATION IN THE CONTEXT
OF THE EVOLUTION OF HUMAN RIGHTS**

АНТРОПОВ Егор Андреевич — студент 2 курса аспирантуры факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: ego99999@yandex.ru).

Научный руководитель:

СИДОРКИН Александр Иванович — доктор юридических наук, профессор кафедры частного и публичного права, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: hamid.katibun@gmail.com).

ANTROPOV Egor Andreevich — the 2nd Year Postgraduate Student at the Faculty of Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: ego99999@yandex.ru).

Research supervisor:

SIDORKIN Alexander Ivanovich — Doctor of Law, Professor at the Department of Private and Public Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: hamid.katibun@gmail.com).

Аннотация: *статья посвящена историко-правовому анализу становления права на образование в контексте развития прав человека. Прослежены ключевые этапы: от античных времен до закрепления образования в международных и национальных нормах. Показано значение этого права как основы справедливости, устойчивости и достойной жизни. Затронуты современные проблемы — цифровизация, глобальные кризисы,*

неравенство в доступе. Рассмотрены возможные правовые пути повышения доступности и качества образования.

Ключевые слова: право на образование, историко-правовой анализ, эволюция прав человека, международное право, конституционные гарантии, социальные права.

Abstract: the article is devoted to the historical and legal analysis of the formation of the right to education in the context of the development of human rights. The key stages are traced: from ancient times to the consolidation of education in international and national norms. The importance of this right as the basis of justice, sustainability and a decent life is shown. Modern issues such as digitalization, global crises, and access inequality are touched upon. Possible legal ways to improve the accessibility and quality of education are considered.

Keywords: the right to education, historical and legal analysis, the evolution of human rights, international law, constitutional guarantees, social rights.

Право на образование занимает особое место в системе прав человека и считается одним из ее ключевых элементов. Его значение определяется тем, что именно образование дает возможность реализовать другие права и свободы, способствует личностному развитию, укрепляет демократические принципы и обеспечивает устойчивое развитие общества. Это право тесно связано с идеями равенства, справедливости, человеческого достоинства и социального прогресса.

Его развитие представляет собой сложный историко-правовой процесс, отражающий изменения в общественном сознании, политике и праве. Право на образование формировалось на протяжении веков, проходя через важнейшие этапы — от ограниченного доступа в элитарных обществах до международного признания как всеобщего и неотъемлемого. Его эволюция шла параллельно с процессами демократизации и гуманизации общественной жизни, что делает обращение к истории особенно важным на фоне современных вызовов.

У истоков права на образование лежат идеи, зародившиеся еще в античности. В Древней Греции оно рассматривалось как основа формирования личности и полноценного гражданина. Такие мыслители, как Сократ, Платон и Аристотель, подчеркивали значение образования для воспитания добродетелей и развития общества. Особенно значима позиция Платона, который одним из первых выразил мысль о необходимости доступности обучения для всех — вне зависимости от происхождения. Он также

указывал на важную роль государства в обеспечении качества образования и его соответствия общественным потребностям [20].

В античные времена доступ к образованию был сильно ограничен и зависел от положения в обществе. Учиться могли в основном свободные граждане, тогда как женщины и рабы почти полностью исключались из образовательной сферы. В Древнем Риме образование тоже считалось важным, но его основная цель сводилась к подготовке к военной или государственной службе. Уже тогда проявлялось понимание значимости обучения, однако представление о нем как о всеобщем и равнодоступном праве еще не сложилось.

В эпоху Средневековья образование оказалось под контролем церкви, которая определяла и его форму, и содержание. Учебные заведения были преимущественно религиозными, а доступ к ним имели в основном представители духовенства и знати. Знания сохранялись и передавались в монастырях, а обучение строилось на религиозных догмах. Вместе с тем именно в этот период начали возникать первые университеты — например, Болонский университет, основанный в 1088 году. Это стало значимым этапом: университеты стали не только центрами богословия, но и пространством для развития светского знания.

Появление университетов стало поворотным моментом в истории образования и повлияло на формирование представлений о правах человека, включая право на образование. Подготовка специалистов, обсуждение светских вопросов и развитие науки постепенно вытесняли религиозную монополию на знания. Однако ограничения в доступе сохранялись, а сама система образования оставалась тесно связанной с церковной традицией [22].

В эпоху Возрождения начали появляться образовательные учреждения, нацеленные на распространение знаний и развитие личности. Они стремились сделать образование более доступным и качественным, готовя квалифицированных специалистов. Это создало условия для раскрытия потенциала выдающихся мыслителей, что способствовало расцвету науки, искусства и культуры [20].

В это время усилилось внимание к роли государства в обеспечении доступа к образованию. Развитие промышленности требовало введения обязательного обучения, что находило отражение в национальных законах. Так, в Шотландии в 1616 году был принят акт, обязывающий приходские общины открывать школы за счет местных средств и под контролем церкви. Такая модель демонстрировала децентрализованный подход, при котором ответственность за образование возлагалась на местные общества [4].

Создание образовательных учреждений в Северной Америке также стало примером раннего правового регулирования обучения. В 1636 году в колонии Массачусетского залива был основан Гарвардский университет, сыгравший ключевую роль в подготовке кадров. Уже через девять лет появились законы об обязательном начальном образовании, что положило начало формированию единой образовательной системы и стандартов обучения [23].

Значительный вклад в формирование идеи всеобщего и равного доступа к образованию внес чешский философ Ян Амос Коменский. Его взгляды стали основой современных представлений о роли образования в развитии человеческого капитала. Он подчеркивал значение образования для роста производительности, социальной мобильности и устойчивого экономического развития. Коменский настаивал на необходимости инклюзивной среды, свободной от дискриминации по имущественным, социальным или гендерным признакам. По его убеждению, расширение доступа к знаниям усиливает экономическую эффективность и укрепляет доверие в обществе. Он писал: «Обучение должно быть доступно не только для детей состоятельных или знатных людей, но и для всех без исключения» [16].

Эпоха Просвещения стала поворотным этапом в переосмыслении значения образования. Мыслители того времени — Джон Локк, Жан-Жак Руссо, Иммануил Кант — рассматривали его как важнейший инструмент развития личности и общества. Локк видел в образовании способ воспитания разумного и добродетельного гражданина. Руссо в «Эмиле» [18] утверждал, что обучение должно соответствовать природе ребенка, а не диктоваться обществом. Кант же считал образование основой морального совершенствования человека.

Просветительские идеи быстро перешли в практику. В 1763 г. в Пруссии введено обязательное начальное обучение — школы централизованы, грамотность выросла, укрепив экономику [17]. В 1794 г. учебные заведения германских земель национализированы, что заложило единую систему подготовки кадров. Австрия приняла схожий закон «Allgemeine Schulordnung» 1774 г., закрепив всеобщее обучение. В 1808 г. в Пруссии учрежден Высший совет по образованию, впервые объединивший стратегию, контроль качества и унификацию программ [14]. Эти шаги расширили образовательные возможности и усилили технологическую конкурентоспособность государств.

Во время Великой французской революции была предпринята попытка создать систему общедоступного образования, что ознаменовало важ-

ный шаг к признанию образования правом человека. Однако реализовать эти идеи оказалось сложно из-за нестабильной политической обстановки.

В XIX веке национальные системы образования начали активно развиваться. Образование стало рассматриваться как условие участия в жизни общества, особенно на фоне роста промышленности и демократизации. В разных странах вводилось обязательное начальное обучение. Так, в Великобритании Закон о начальном образовании 1870 года положил начало государственной системе образования [19]. Тем не менее, доступ к образованию оставался неравным: женщины и представители низших слоев общества долгое время были ограничены в правах, а доступ женщин к высшему образованию появился лишь во второй половине XIX века.

После Второй мировой войны право на образование стало частью международного права, что привело к его закреплению в универсальных и региональных документах. В 1948 году Генеральная Ассамблея ООН утвердила Всеобщую декларацию прав человека, в которой впервые на глобальном уровне было зафиксировано право каждого человека на получение образования. Согласно статье 26 этого документа, обучение должно быть бесплатным и обязательным как минимум на начальном уровне [1]. Позже этот принцип получил развитие в других ключевых международных актах, включая:

- Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (1966 г.) [11];
- Конвенцию о правах ребенка (1989 г.);
- Конвенцию о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин (1979 г.).

Эти документы установили стандарты доступности, качества и недискриминации в образовании. Например, Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах обязывает государства обеспечивать постепенное введение бесплатного образования на всех уровнях, а Конвенция о правах ребенка подчеркивает необходимость обеспечения доступа к образованию для всех детей без дискриминации.

Право на образование закреплялось в конституциях и законах многих стран. В России впервые это произошло в 1918 году с принятием Конституции РСФСР, которая провозгласила всеобщее, доступное и бесплатное образование. Это отражало идеологию того времени — борьбу с безграмотностью и подготовку специалистов для индустриализации. При этом приоритет в обучении отдавался рабочему классу и бедным крестьянам, что соответствовало государственной политике по формированию квалифицированного пролетариата [10].

В 1919 году был принят Декрет «О ликвидации безграмотности», устанавливающий обязательное обучение для граждан от 8 до 50 лет [3]. Этот акт стал одним из первых государственных шагов по сокращению информационного неравенства.

В Конституции РСФСР 1925 года термин «рабочие и беднейшие крестьяне» заменили на более общий «трудящиеся», расширив круг получателей образования [6]. В 1927 году ввели обязательное начальное обучение, но его реализация была неравномерной из-за недостатка инфраструктуры и кадров [2]. В 1936 году Конституция СССР впервые закрепила право на образование для всех без исключения, установив обязательное восьмилетнее обучение и доступ к среднему, профессиональному и высшему образованию, включая вечерние и заочные формы [7].

В 1940 году было введено платное обучение в старших классах и вузах из-за экономических трудностей, однако после войны вернулись к бесплатному образованию как ключу к восстановлению страны [12]. В 1943 году ввели раздельное обучение мальчиков и девочек, но через десять лет эту практику отменили [13].

Конституции СССР 1977 года [8] и Конституции РСФСР 1978 года [5] расширили образовательные права, закрепив бесплатное обучение, социальные гарантии и развитие различных форм обучения. В 1980-е годы предпринимались попытки реформировать систему, но с переходом к рыночной экономике модель образования претерпела значительные изменения.

В современной России право на образование является одним из основополагающих и гарантировано Конституцией. Согласно статье 43, каждый человек имеет право на образование, а статья 17 уточняет, что эти права принадлежат каждому с рождения и не подлежат ограничению [9]. Конституционное закрепление этого права обеспечивает его доступность для всех, независимо от социального положения или убеждений, и отражает принципы социального государства. Право на образование как социально-экономическое право способствует развитию человеческого капитала, научного прогресса и экономического роста.

Аналогичные положения о праве на образование закреплены в конституциях многих стран, что подтверждает его статус как фундаментального права человека. Однако реализация этого права сталкивается с трудностями: в развивающихся странах — из-за нехватки финансирования, инфраструктуры и кадров, в развитых — из-за сохраняющегося неравенства для мигрантов, людей с инвалидностью и меньшинств. Современный этап характеризуется стремлением обеспечить не только доступность, но и качество образования, а также адаптацию к цифровым технологи-

ям. При этом цифровизация усиливает цифровое неравенство. Пандемия COVID-19 и глобальные кризисы, включая военные конфликты и климатические изменения, обострили проблемы доступности образования, особенно для уязвимых категорий населения [21].

Таким образом, право на образование прошло путь от привилегии элиты до универсального права, закрепленного на международном и национальном уровнях. Его развитие отражает эволюцию прав человека и демократических ценностей. Сегодня это право требует новых решений, направленных на преодоление неравенства, цифровую адаптацию и устойчивость образовательных систем в условиях глобальных вызовов. Историко-правовой анализ позволяет глубже понять значение образования и определить направления его дальнейшего развития как основы устойчивого прогресса общества.

Список литературы:

1. Всеобщая декларация прав человека (Принята резолюцией 217 А (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 10 декабря 1948 года) // Официальный сайт Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml (дата обращения: 28.03.2025).
2. Декрет ВЦИК и СНК РСФСР от 31 августа 1925 года «О введении в РСФСР всеобщего начального обучения и построении школьной сети» // Народное образование в СССР. – Москва, 1974.
3. Декрет Совета Народных Комиссаров от 2 декабря 1919 года «О ликвидации безграмотности среди населения РСФСР» // Собрание Узаконений. 1919. № 67. Ст. 592.
4. Закон о создании школ 1616 года (принят Шотландским Тайным советом 10 декабря 1616 года) // Официальный сайт онлайн-учебника «Изучение кельтских цивилизаций» [Электронный ресурс]. – URL: <https://exploringcelticciv.web.unc.edu/1616-education-act-scottish-privy-council/> (дата обращения: 28.03.2025).
5. Конституция (Основной Закон) Российской Федерации – России (принята ВС РСФСР 12 апреля 1978 года) (ред. от 10 декабря 1992 года) // Свод законов РСФСР. – Т. 1. – 1988.
6. Конституция (Основной Закон) Российской Социалистической Федеративной Советской Республики (утверждена Постановлением XII Всероссийского Съезда Советов от 11 мая 1925 года) // Собрание узаконений и распоряжений Рабочего и Крестьянского Правительства РСФСР. 1925. № 30. Ст. 218.

7. Конституция (Основной закон) Союза Советских Социалистических Республик (утверждена Чрезвычайным VIII съездом Советов Союза ССР 5 декабря 1936 года). – Москва: Проспект, 2025. – 31 с.

8. Конституция (Основной закон) Союза Советских Социалистических Республик (принята на внеочередной седьмой сессии Верховного Совета СССР девятого созыва 7 октября 1977 года). – Москва: Известия Советов народных депутатов СССР, 1988. – 64 с.

9. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года) (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 года № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 года № 7-ФКЗ, от 5 февраля 2014 года № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 года № 11-ФКЗ, от 14 марта 2020 года № 1-ФКЗ) // Российская газета. – 4 июля 2020 года. № 144.

10. Конституция (Основной закон) Российской Социалистической Федеративной Советской Республики (Постановление 5-го Всероссийского Съезда Советов, принятое в заседании 10 июля 1918 года). – Великий Устюг: Северо-Двинское губагентство, [19--]. – 18 с.

11. Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (Принят резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи ООН от 16 декабря 1966 года) // Официальный сайт Организации Объединённых Наций [Электронный ресурс]. – URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactecon.shtml (дата обращения: 28.03.2025).

12. Постановление Совета Народных Комиссаров СССР № 638 от 26 октября 1940 года «Об установлении платности обучения в старших классах средних школ и в высших учебных заведениях СССР, и об изменении порядка назначений стипендий» // Собрание постановлений и распоряжений правительства Союза Советских Социалистических Республик. 1940. № 27. Ст. 910.

13. Постановление Совета Народных Комиссаров СССР от 31 мая 1943 года № 789 «О введении раздельного обучения мальчиков и девочек в 1943/1944 учебном году в неполных средних и средних школах областных, краевых городов, столичных центров союзных и автономных республик и крупных промышленных городов» // Народное образование в СССР: Общеобразовательная школа: Сборник документов 1917–1973. – Москва: Педагогика, 1974. С. 177–178.

14. Джуринский А.Н. История педагогики: Учебное пособие для студентов педагогических вузов. – Москва: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2000. – 432 с.

15. Каменский Я.А., Локк Д., Руссо Ж.-Ж., Песталоцци И.Г. Педагогическое наследие. – Москва: Педагогика, 1989. – 416 с.

16. Коменский Я.А. Великая дидактика // Избранные педагогические сочинения: В 2 томах. – Том 1. – Москва: Педагогика, 1982. С. 242–476. – (Педагогическая библиотека).

17. Религиозное образование в России и Европе в XVIII веке (*L'educazione religiosa in Russia e Europa XVIII secolo*): Сборник статей [русских и иностранных авторов] / Под редакцией Е. Токаревой, М. Инглота. – Санкт-Петербург: Издательство Русской христианской гуманитарной академии, 2013. – 289 с.: ил., портр.

18. Руссо Ж.-Ж. Эмиль, или О воспитании: С портретом Руссо и статьей о жизни его и произведениях / Перевод с французского П. Первова. – Москва: Типолиитография Товарищества И.Н. Кушнерев и Ко, 1896. – XLVIII, 651 с., [1] л. портр. – (Педагогическая библиотека, издаваемая К. Тихомировым и А. Адольфом; Вып. 8).

19. Фрумов С.А. Французская школа и борьба за ее демократизацию. 1850–1870. – Москва, 1960. – 584 с.

20. Бондаревский А.Е. Развитие права человека на образование в политической и правовой мысли: от античности до начала XX века // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2012. № 4. С. 19–30.

21. Дзятковская Е.Н. Проблема доступности образования в контексте целей устойчивого развития // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2022. Т. 17, № 2. С. 15–23.

22. Салмина Т.В., Юсупов И.И. Педагогика и образование в Средние века // Теория и практика современной науки. 2017. № 3(21). С. 1116–1120.

23. Официальный сайт Гарвардского университета [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.harvard.edu/about/history/> (дата обращения: 28.03.2025).

Загвоскин С.В.
Научный руководитель: к.ю.н., доцент Черкашина Н.В.

**ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЗАЩИТЫ
ОТ ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД**

**LEGAL ASPECTS OF PROTECTION
AGAINST FINANCIAL PYRAMIDS**

ЗАГВОСКИН Станислав Вадимович — студент 3 курса факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия (e-mail: z-stas789@bk.ru).

Научный руководитель:

ЧЕРКАШИНА Наталья Валерьевна — кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры частного и публичного права, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: natasha8181@mail.ru).

ZAGVOSKIN Stanislav Vadimovich — the 3rd year student at the Faculty of Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: z-stas789@bk.ru).

Research supervisor:

CHERKASHINA Natalya Valerievna — Candidate of Law Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Private and Public Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: natasha8181@mail.ru).

Аннотация: в статье анализируются правовые механизмы противодействия финансовым пирамидам в России, включая уголовно-правовую, административную и гражданско-правовую ответственность. Исследуются основные проблемы в выявлении и пресечении мошеннических схем, обусловленные использованием цифровых технологий и сложных корпоративных структур. Предлагаются направления совершенствования законодательства, такие как усиление контроля за инвестиционной деятельностью, международное сотрудничество в сфере финансового мониторинга и повышение финансовой грамотности населения.

Ключевые слова: финансовая пирамида, мошенничество, финансовый мониторинг, законодательство, уголовная ответственность, защита прав потребителей, цифровые технологии, инвестиционные схемы, экономическая безопасность.

Abstract: *the article analyzes legal mechanisms for combating financial pyramids in Russia, including criminal, administrative, and civil liability. It examines key challenges in detecting and preventing fraudulent schemes, particularly those involving digital technologies and complex corporate structures. The study proposes legal improvements such as stricter investment activity oversight, enhanced international cooperation in financial monitoring, and increasing public financial literacy.*

Keywords: *financial pyramid, fraud, financial monitoring, legislation, criminal liability, consumer protection, digital technologies, investment schemes, economic security.*

Финансовые пирамиды представляют собой сложное социально-правовое явление, имеющее значительные экономические и юридические последствия. Их деятельность приводит к массовым финансовым потерям среди населения, снижению доверия к законным инвестиционным институтам и подрыву стабильности финансовой системы. Несмотря на многоуровневые законодательные барьеры, схемы такого рода продолжают привлекать инвесторов, используя недостатки правового регулирования и психологические механизмы убеждения [4, с. 250].

Проблема борьбы с финансовыми пирамидами осложняется их способностью маскироваться под легальные бизнес-модели. Организаторы подобных схем используют различные правовые формы, включая инвестиционные фонды, кооперативы и даже благотворительные проекты, чтобы избежать оперативного вмешательства со стороны регуляторов. Кроме того, с развитием цифровых технологий мошенники получают новые возможности для привлечения средств, используя криптовалюты, анонимные транзакции и алгоритмическую рекламу в социальных сетях, что значительно затрудняет их выявление и пресечение.

В данной статье рассматриваются правовые механизмы защиты от финансовых пирамид, анализируются пробелы в законодательстве и предлагаются пути их устранения.

Юридическая квалификация финансовых пирамид остается дискуссионным вопросом, так как такие структуры могут скрываться под видом инвестиционных фондов, кооперативов или даже краудфандинговых платформ. В российской правоприменительной практике финансовая

пирамида определяется как организация, в основе которой лежит перераспределение денежных средств от новых участников в пользу более ранних, без создания реального дохода. Ключевой характеристикой такой схемы является отсутствие легальной инвестиционной деятельности и получение прибыли исключительно за счет последующих вкладчиков.

С точки зрения правового регулирования в России, деятельность финансовых пирамид прямо запрещена законодательством. Основные нормы, направленные на борьбу с ними, содержатся в Федеральном законе от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем» [2], а также в статье 172.2 Уголовного кодекса РФ, устанавливающей ответственность за организацию финансовых пирамид. Важную роль играют нормы гражданского законодательства, регулирующие договорные отношения, а также закон о рекламе, запрещающий распространение недостоверной информации о возможности получения дохода без предпринимательской деятельности.

Одним из ключевых вызовов в борьбе с финансовыми пирамидами является их правовая маскировка. Создатели таких схем используют лазейки в законодательстве, оформляя свою деятельность в виде инвестиционных клубов, программ лояльности или цифровых активов, что затрудняет их идентификацию на ранних стадиях. Применение сложных технологических решений, таких как криптовалюта и смарт-контракты, еще более усложняет контроль за движением финансовых потоков и делает традиционные методы расследования менее эффективными [2, с. 112].

Второй проблемой является сложность привлечения к ответственности организаторов таких схем. Судебная практика показывает, что успешные уголовные преследования таких преступлений возможны только при наличии доказательств умысла в обмане вкладчиков. Однако во многих случаях организаторы пирамид избегают ответственности, переводя активы в офшоры или прикрываясь сложными корпоративными структурами.

Еще один аспект связан с защитой прав потерпевших. Несмотря на существующие механизмы компенсации ущерба, в большинстве случаев потерпевшие не могут вернуть вложенные средства, так как активы финансовых пирамид исчезают задолго до того, как суд принимает решения о конфискации имущества.

Эффективная защита от финансовых пирамид требует системных изменений в законодательстве, направленных на усиление контроля за деятельностью компаний, привлекающих средства граждан. Одним из решений может стать введение более жестких требований к публичному раскрытию информации об источниках дохода инвестиционных проек-

тов, что позволит регуляторам своевременно выявлять признаки мошеннических схем.

Дополнительные меры могут включать развитие международного сотрудничества в сфере финансового контроля. Так как современные финансовые пирамиды часто имеют трансграничный характер, борьба с ними требует унификации подходов к регулированию и обмена информацией между национальными надзорными органами.

Еще одним важным направлением является повышение уровня финансовой грамотности населения. Большинство пострадавших от финансовых пирамид – это люди, не обладающие достаточными знаниями в области инвестирования и финансового анализа. Государственная политика в этой сфере должна быть направлена на профилактику подобных преступлений через образовательные инициативы и создание доступных инструментов для проверки инвестиционных проектов [3, с. 223].

Вопрос борьбы с финансовыми пирамидами остается одной из актуальных проблем правоприменительной практики в России. Несмотря на существующие правовые механизмы, мошеннические схемы продолжают эволюционировать, используя пробелы в законодательстве, технологические инновации и психологические методы воздействия на граждан. Анализ правовых аспектов противодействия финансовым пирамидам показывает, что эффективность борьбы с ними зависит от комплексного подхода, включающего совершенствование законодательства, усиление контроля за инвестиционной деятельностью, развитие международного сотрудничества и повышение финансовой грамотности населения.

Представляется важным внедрение дополнительных механизмов защиты, таких как усиление ответственности за участие в создании и продвижении пирамидальных схем, более строгие требования к раскрытию информации о финансовых продуктах и улучшение координации между правоохранительными органами и регуляторами. Также необходимы образовательные инициативы, направленные на формирование критического мышления у граждан при принятии инвестиционных решений.

Таким образом, защита от финансовых пирамид требует не только совершенствования правоприменительной практики, но и развития комплексной системы мер, обеспечивающей профилактику мошеннических схем и повышение осведомленности граждан о возможных финансовых рисках.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (в редакции от 28 декабря 2024 года) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2001. – № 33 (Часть I). – Ст. 3418.
2. Абазов А.Б., Бозиева Ю.Г. Финансовая пирамида: факторы возникновения и пути противодействия // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 2. № 10. С. 110–114.
3. Агафонов М.Н. Финансовая грамотность в аспекте защиты прав потребителей финансовых услуг Центральным банком Российской Федерации // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2024. Т. 1. С. 219-226.
4. Мусатов А.М. Уголовно-правовая оценка экономических преступлений с использованием финансовых активов и цифровой валюты // Закон и право. 2024. №. 12. С. 248-252.

УДК 340.15
ББК 67.3

*Подкидышев С.К., Подкидышева Ю.К.
Научный руководитель: к.ю.н., доцент Черкашина Н.В.*

**ЭВОЛЮЦИЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИГР И ПАРИ
В ИСТОРИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ: ОТ ДРЕВНИХ ТРАДИЦИЙ
К СОВРЕМЕННЫМ СТАНДАРТАМ**

**THE EVOLUTION OF LEGAL REGULATION OF GAMES
AND BETTING IN A HISTORICAL CONTEXT: FROM ANCIENT
TRADITIONS TO MODERN STANDARDS**

ПОДКИДЫШЕВ Сергей Константинович — студент 4 курса факультета юриспруденции, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: va0167@mail.ru).

ПОДКИДЫШЕВА Юлия Константиновна — студент 1 курса факультета педиатрии, ФГАОУ ВО «РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России», г. Москва, Россия (e-mail: mn-zh-64-zh@mail.ru).

Научный руководитель:

ЧЕРКАШИНА Наталья Валерьевна — кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры частного и публичного права, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: natasha8181@mail.ru).

PODKIDYSHEV Sergey Konstantinovich — the 4th Year Student at the Faculty of Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: va0167@mail.ru).

PODKIDYSHEVA Yulia Konstantinovna — the 1st Year Student at the Faculty of Pediatrics, Pirogov University, Moscow, Russia (e-mail: mn-zh-64-zh@mail.ru).

Research supervisor:

CHERKASHINA Natalia Valeryevna — Candidate of Law Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Private and Public Law, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: natasha8181@mail.ru).

Аннотация: статья посвящена анализу развития правового регулирования игр и пари с древнейших времен до современности. Рассматрива-

ются ключевые этапы становления правовых норм, регулирующих азартные игры и пари в различных культурах и правовых системах, а также роль государства в контроле и ограничении азартных игр в целях защиты общественного порядка и финансовой стабильности граждан. Выявляются закономерности, оказывавшие влияние на формирование современного законодательства в этой сфере, анализируются правовые подходы, используемые для предотвращения негативных последствий азартных игр и защиты прав участников. На основе ретроспективного анализа определяются основные принципы, повлиявшие на формирование правовых норм, регулирующих игры и пари в XXI веке.

Ключевые слова: игры и пари, правовое регулирование, азартные игры, законодательство, исторический анализ, государственный контроль, общественный порядок, защита прав.

Abstract: the article is devoted to the analysis of the development of legal regulation of games and betting from ancient times to the present. The key stages of the formation of legal norms regulating gambling and betting in various cultures and legal systems are considered, as well as the role of the state in controlling and restricting gambling in order to protect public order and financial stability of citizens. The patterns that influenced the formation of modern legislation in this area are revealed, the legal approaches used to prevent the negative consequences of gambling and protect the rights of participants are analyzed. Based on a retrospective analysis, the main principles that influenced the formation of legal norms governing games and betting in the 21st century are determined.

Keywords: games and betting, legal regulation, gambling, legislation, historical analysis, state control, public order, protection of rights.

Игры и пари появились в глубокой древности и с тех пор неразрывно связаны с развитием общества. В различных культурах и правовых системах отношение к азартным играм и пари изменялось: от запретов и жесткого регулирования до легализации и государственного контроля. Проблематика правового регулирования азартных игр особенно актуальна в современных условиях, когда интерес к играм растет, а с ним увеличиваются и потенциальные социальные риски. Изучение эволюции правового регулирования в этой сфере позволяет выявить закономерности, существовавшие в древности и актуальные по сей день.

В древнем Риме и Греции азартные игры были распространены среди различных слоев населения. Однако власть, осознавая риск возникновения финансовых проблем и социальной нестабильности, уже в то время

пыталась ограничить влияние азартных игр на общество. В Римской империи законодательство ограничивало участие в азартных играх, предусматривая штрафы и наказания за нарушения [2].

Средневековая Европа отличалась особой строгостью по отношению к азартным играм, что во многом объяснялось влиянием религиозных норм. Церковь осуждала игры как греховное занятие, и многие страны вводили жесткие запреты на участие в азартных играх. Однако постепенно, с развитием экономики и ростом интереса к играм, государства осознали, что полный запрет недостаточно эффективен. Так, появились легализованные и лицензированные игорные заведения, которые могли приносить государству прибыль в виде налогов.

Эпоха Нового времени ознаменовалась либерализацией взглядов на азартные игры. В ряде европейских стран азартные игры стали считаться легальной формой развлечения. Франция и Англия стали первыми государствами, где начали регулировать деятельность игорных домов через лицензирование и налогообложение. Такой подход был обусловлен необходимостью пополнения государственной казны и снижением рисков для населения.

В России азартные игры начали регулироваться с XVIII века, когда Екатерина II ввела первые запреты на организацию азартных игр. Тем не менее, впоследствии появились легализованные игорные дома, особенно в крупных городах. В Советском Союзе азартные игры были под запретом, что было связано с государственной идеологией. С распадом СССР началась либерализация законодательства, и игорные заведения снова появились на территории России, что потребовало разработки новых правовых норм.

На современном этапе правовые системы различных государств предлагают разнообразные подходы к регулированию азартных игр. В США и Канаде законодательство отличается в зависимости от штата и провинции, что позволяет местным властям контролировать распространение азартных игр с учетом региональных особенностей. В Европейском союзе действует подход, ориентированный на гармонизацию национальных законодательств, где каждое государство вправе устанавливать свои нормы при учете общеевропейских стандартов.

В современной России правовое регулирование азартных игр имеет строгий характер, с целью предотвращения негативных социальных и финансовых последствий. Федеральный закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр» устанавливает строгие ограничения, выделяя отдельные игорные зоны и контролируя деятельность организаторов [1].

В нынешних правовых системах защита прав и законных интересов участников арбитражных разбирательств в сфере азартных игр и пари. Законодательство предусматривает специальные механизмы правовой защиты для уязвимых категорий лиц, учитывая повышенные риски, связанные с данной деятельностью. В арбитражных процессах по делам о правовом регулировании игр и пари рассматриваются не только экономические интересы сторон, но и аспекты социальной защиты, предотвращения злоупотреблений, а также недопущения нарушений прав участников, особенно если они принадлежат к уязвимым категориям граждан [3].

Подводя итог, можно отметить, что регулирование азартных игр и пари прошло сложный путь развития — от тотальных запретов до современной системы государственного контроля. Эта эволюция демонстрирует баланс между свободой предпринимательства и необходимостью защиты граждан. Современное законодательство продолжает развиваться, стремясь:

- минимизировать социальные риски;
- обеспечить защиту прав участников;
- сохранить общественный порядок.

Опыт показывает, что наиболее результативными оказываются сбалансированные подходы, учитывающие как интересы общества, так и экономические аспекты.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 244-ФЗ (ред. от 22 июля 2024 г.) «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» // Российская газета. – 31 декабря 2006 г. – № 297.

2. Оленев-Сигачев Ю.А. Историко-правовой анализ развития регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр и пари // Право и бизнес: правовое пространство для развития бизнеса в России: Коллективная монография В 4-х томах. Том 1. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Проспект», 2020. – С. 424-429.

3. Подкидышев С.К. Особенности защиты прав и законных интересов группы лиц в арбитражном процессе / С.К. Подкидышев, Ю.К. Подкидышева // Научные исследования 2024: актуальные теории и концепции: Сборник материалов XLIX-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. В 3-х томах, Москва, 08 мая 2024 года. М.: Научно-издательский центр «Империya», 2024. – С. 112-115.

УДК 338.2:004

ББК 65.2/65.4+16.2

Агафонов П.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Литвиненко И.Л.

**ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ
В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

**FEATURES OF DIGITALIZATION IN THE FIELD
OF FINANCIAL MANAGEMENT**

АГАФОНОВ Павел Валентинович — студент 1 курса магистратуры факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: agafonovPV@yandex.ru).

Научный руководитель:

ЛИТВИНЕНКО Инна Леонтьевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: innalitivnenko@ya.ru).

AGAFONOV Pavel Valentinovich — the 1st Year Master's Student at the Faculty of Economics, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: AgafonovPV@yandex.ru).

LITVINENKO Inna Leontievna — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Economics and Management, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: innalitivnenko@ya.ru).

Аннотация: цифровизация является мощным инструментом для повышения эффективности и прозрачности финансового менеджмента. Однако, чтобы в полной мере воспользоваться ее преимуществами, компании должны учитывать связанные с ней вызовы и принимать меры для их преодоления. Это требует комплексного подхода, включающего инвестиции в технологии, обучение персонала и обеспечение кибербезопасности. Только в этом случае цифровизация сможет стать надежным фундаментом для устойчивого развития компании.

Ключевые слова: цифровизация, финансовый менеджмент, автоматизация, аналитика данных, искусственный интеллект, блокчейн.

Abstract: digitalization is a powerful tool for improving the efficiency and transparency of financial management. However, in order to take full advantage of its benefits, companies must take into account the challenges associated with it and take measures to overcome them. This requires a comprehensive approach that includes investments in technology, staff training, and cybersecurity. Only in this case digitalization can become a reliable foundation for the sustainable development of the company.

Keywords: digitalization, financial management, automation, data analytics, artificial intelligence, blockchain.

Цифровизация уверенно вошла во все сферы современной экономики, и финансовый менеджмент не стал исключением. Этот процесс оказывает глубокое влияние на способы управления финансами, открывая новые возможности для повышения эффективности, прозрачности и скорости принятия решений [6]. Однако, вместе с преимуществами, цифровизация несет в себе и определенные вызовы, требующие внимательного рассмотрения.

Одним из ключевых аспектов цифровизации в финансовом менеджменте является автоматизация рутинных операций. Внедрение специализированного программного обеспечения и инструментов роботизации позволяет значительно сократить время, затрачиваемое на выполнение задач, таких как обработка счетов, проведение платежей, формирование отчетности и ведение бухгалтерского учета. Автоматизация не только повышает производительность труда, но и минимизирует риск ошибок, связанных с человеческим фактором [5, с. 72-81].

Наиболее популярные программы для финансового менеджмента представлены на рис. 1.

Другим важным направлением цифровизации является аналитика данных. Современные технологии позволяют собирать и обрабатывать огромные объемы финансовой информации, выявляя закономерности и тренды, которые были бы невидимы при традиционном подходе [6]. Анализ данных помогает принимать более обоснованные решения в области инвестиций, управления рисками, оптимизации затрат и прогнозирования финансовых результатов [7].

Для цифровизации бизнес-процессов в компании используют различные модели бизнес-анализа (в зависимости от потребности аналитиков и менеджмента), направленные на обработку большого массива данных.

| | |
|--------------------------------------|---|
| ПланФакт | <ul style="list-style-type: none"> Облачный сервис для контроля денежных средств в компании. Помогает планировать доходы и расходы, предупреждает о кассовых разрывах. Интеграция с банками. Импорт/Экспорт с Excel |
| Планум | <ul style="list-style-type: none"> Гибкое решение обеспечивающее прозрачность планирования, бюджетирования, консолидации, план-факта, сценарного моделирования и автоматического проставления аналитик |
| 1С:ERP Управление предприятием | <ul style="list-style-type: none"> Помогает в управлении ресурсами предприятий и оптимизирует управление ресурсами, производством, продажами и закупками, а также финансами и персоналом |
| 1С:Налоговый мониторинг | <ul style="list-style-type: none"> Сервис для автоматизации передачи данных в ФНС в режиме реального времени, оптимизирует процессы налогового учета, снижает риски налоговых проверок и улучшает эффективность работы организаций |
| Врium | <ul style="list-style-type: none"> Платформа для цифровизации компаний. Создайте корпоративные IT-системы, учет данных и автоматизацию бизнес-процессов в соответствии с потребностями компании |
| Directum Цифровая бухгалтерия | <ul style="list-style-type: none"> Импортонезависимая российская система для цифровизации задач бухгалтерии. Полная автоматизация бухгалтерского документооборота. Финансовый архив. ЭДО с контрагентами. Интеллектуальная обработка первичных документов. Архив для налогового мониторинга. Интеграция с 1С |

Рис. 1. Наиболее популярные программы для финансового менеджмента

Источник: составлено автором.

Аналитика позволяет определить причинно-следственные связи, триггеры, моделировать возможные тренды и оценивать результаты предполагаемых управленческих решений. Для аналитических исследований используют различные цифровые технологии, например, такие как Big Data, искусственный интеллект, облачные вычисления и блокчейн. На рис. 2 представлены основные цели продвинутой аналитики.

Цифровизация способствует повышению прозрачности и доступности финансовой информации [6]. Благодаря внедрению онлайн-платформ и мобильных приложений, сотрудники компании, инвесторы и другие заинтересованные стороны могут в режиме реального времени получать доступ к ключевым финансовым показателям и отчетам. Это обеспечивает более эффективный контроль над финансовыми ресурсами и повышает доверие к компании [8, с. 115].



Рис. 2. Цели продвинутой аналитики

Источник: составлено автором.

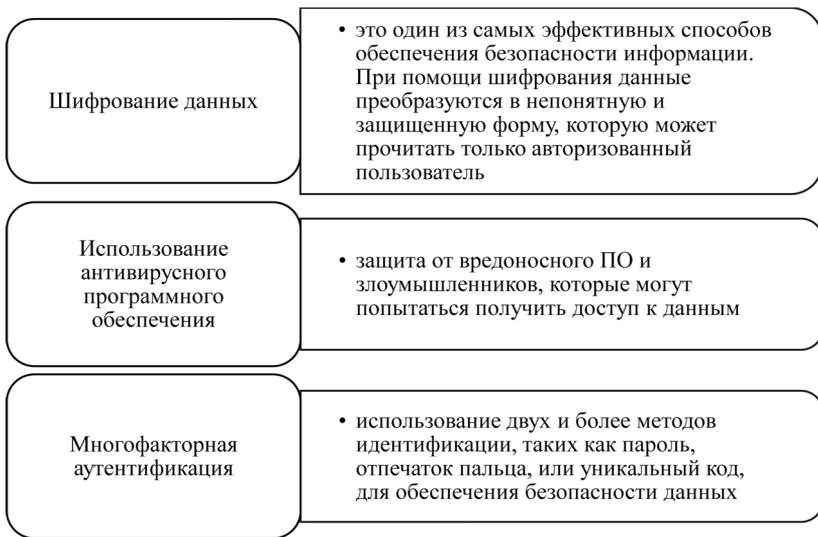


Рис. 3. Основные методы обеспечения безопасности данных

Источник: составлено автором.

Однако, цифровизация в финансовом менеджменте не лишена и определенных вызовов. Одним из них является обеспечение кибербезопасности. С ростом объема цифровых данных и увеличением числа онлайн-транзакций возрастает риск кибератак и утечек конфиденциальной информации. Поэтому компании должны уделять особое внимание защите своих информационно-систем и данных. Основные методы обеспечения безопасности данных представлены на рис. 3.

Другой вызов связан с необходимостью обучения и переподготовки персонала. Внедрение новых технологий требует от финансовых менеджеров и специалистов новых знаний и навыков, для чего необходимо постоянное обучение и повышение квалификации.

Наконец, важно учитывать регуляторные аспекты цифровизации. Финансовая сфера является одной из наиболее регулируемых отраслей экономики, и цифровые технологии должны соответствовать требованиям законодательства и нормативных актов [6]. Сегодня в регулировании этой сферы особую роль играют два ключевых документа. Первым является Указ Президента РФ от 7 мая 2024 года №309, устанавливающий национальные цели развития России до 2036 года [1]. Вторым важным актом стал национальный проект «Цифровая экономика», утвержденный Советом при Президенте в 2019 году [2].

Основные задачи, необходимые для достижения цели цифровой трансформации экономики можно представить следующим образом (рис. 4).

Наиболее часто финансовые технологии в цифровой экономике применяются в следующих направлениях (рис. 5).

Таким образом, цифровизация является мощным инструментом для повышения эффективности и прозрачности финансового менеджмента. Однако, чтобы в полной мере воспользоваться ее преимуществами, компании должны учитывать связанные с ней вызовы и принимать меры для их преодоления. Это требует комплексного подхода, включающего инвестиции в технологии, обучение персонала и обеспечение кибербезопасности. Только в этом случае цифровизация сможет стать надежным фундаментом для устойчивого развития компании. Компании, которые смогут эффективно использовать эти технологии, получат значительное конкурентное преимущество.

Список литературы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 года № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период

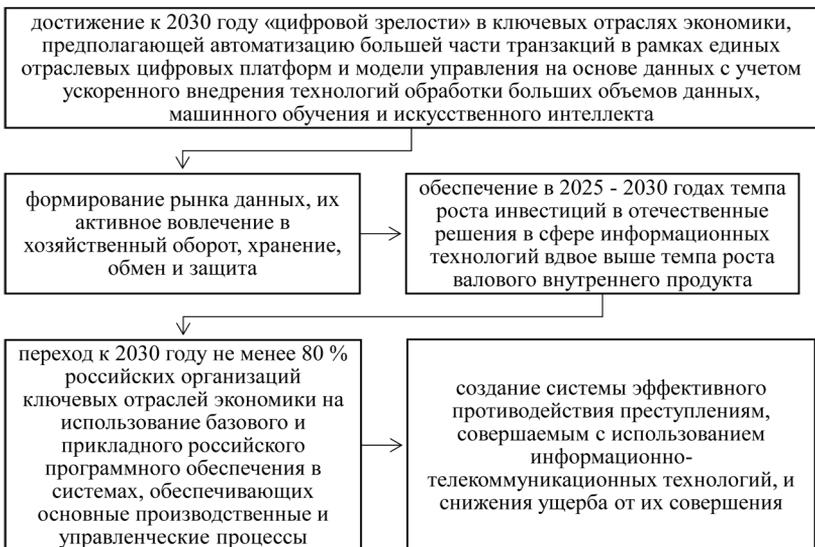


Рис. 4. Основные задачи цифровой трансформации экономики
Источник: составлено автором.

| | |
|-------------------------------|---|
| Кредитование и личные финансы | <ul style="list-style-type: none"> • в программах и приложениях по финансовому планированию, социального трейдинга, алгоритмической биржевой торговли, в сервисах целевых накоплений |
| Краудфандинг и финансирование | <ul style="list-style-type: none"> • Indiegogo, Kickstarter, Boomstarter, Planeta.ru, StartTrack |
| Платежи и транзакции | <ul style="list-style-type: none"> • сервисов B2B платежей и переводов, касс и смарт-терминалов в «облаке», сервисы массовых выплат |
| Блокчейн и криптовалюты | <ul style="list-style-type: none"> • Bitcoin, Ethereum, Cardano, EOS, Tron, ChainLink, Tezos |
| Цифровой банкинг | <ul style="list-style-type: none"> • Тинькофф банк, Monzo, Revolut, Starling Bank, Finicity, N26 |
| Банкинг как услуга BaaS | <ul style="list-style-type: none"> • SolarisBank, Mambu, Q2, Bankable, TalkBank |

Рис. 5. Направления использования финансовых технологий в цифровой экономике
Источник: составлено автором.

до 2030 года и на перспективу до 2036 года» // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=475991&dst=100127&field=134&rnd=U9VGqQ#uZrhafUoLkzAmJww> (дата обращения: 20.03.2025).

2. Паспорт национального проекта «Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 4 июня 2019 года № 7) // Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_328854/ (дата обращения: 20.03.2025).

3. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов. – 4-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 680 с.

4. Финансовый менеджмент: учебник для вузов / под редакцией Г.Б. Поляка. – 5-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 358 с.

5. Котляров И.Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции // Управленец. 2020. Т. 11. № 3. С. 72–81.

6. Литвиненко И.Л. Региональная инновационная система: организационный аспект // Инициативы XXI века. 2013. № 3. С. 4–7.

7. Марков Р.И. Инструменты эффективного управления региональными финансами в условиях цифровой трансформации // Бюджет. 2022. № 9. С. 35–38.

8. Пакова О.Н., Коноплева Ю.А., Урядова Т.Н. Цифровая трансформация финансового менеджмента в банковской сфере // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6. С. 115–121.

9. Основные направления развития финансовых технологий на период 2025–2027 годов // Официальный сайт Банка России. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/166399/onfintech_2025-27.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

*Базурова К.Е.
Научный руководитель: д.э.н., доцент Шихалиева Д.С.*

**ИНСТРУМЕНТЫ И СТРАТЕГИИ
МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА**

**INSTRUMENTS AND STRATEGIES
OF INTERNATIONAL MARKETING**

БАЗУРОВА Карина Евгеньевна — студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: k.bazurova@bk.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

BAZUROVA Karina Evgenievna — the 4th Year Student at the Faculty of Economics, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: k.bazurova@bk.ru).

Research supervisor:

SHIKHALIEVA Dzhanet Sergoevna — Doctor of Economics, Associate Professor, Professor at the Department of Economics and Management, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация: в статье рассмотрены основные теоретические положения и практические аспекты международного маркетинга. Акцентируется внимание на том, что международный маркетинг требует более глубокого анализа, учитывающего культурные, политические и экономические аспекты. Особое внимание уделяется анализу инструментов и стратегий, используемых международными компаниями для достижения своих маркетинговых целей.

Ключевые слова: международный маркетинг, маркетинговая стратегия, продвижение товаров, зарубежные рынки, ценообразование, позиционирование бренда, инструменты маркетинга, конкурентные стратегии, глобальные стратегии.

Abstract: *the article examines the main theoretical concepts and practical aspects of international marketing. It emphasizes that international marketing requires a deeper analysis that takes into account cultural, political, and economic factors. Special attention is given to the analysis of the tools and strategies used by international companies to achieve their marketing objectives.*

Keywords: *international marketing, marketing strategy, product promotion, foreign markets, pricing, brand positioning, marketing tools, competitive strategies, global strategies.*

Международный маркетинг — это комплекс мер, направленный на продвижение товаров и услуг на зарубежных рынках [6]. В отличие от внутреннего маркетинга, он требует более глубокого анализа и учета различных факторов, таких как культурные различия, политическая ситуация, экономические особенности и т.д.

Маркетинговая стратегия — это основа для успешного развития бизнеса, она определяет, как компания будет привлекать клиентов и увеличивать продажи [5].

Маркетинговая стратегия опирается на широкий спектр инструментов, каждый из которых играет свою роль в достижении целей компании: увеличение доли рынка, закрепление в нише или выполнение плана выручки. В этот набор входят ценообразование, коммуникация с целевой аудиторией, позиционирование бренда, а также такие направления как SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг и SMM [4].

Рассмотрим четыре основные группы маркетинговых стратегий, применяемых для развития компании (рис. 1) [7].

Успех маркетинговой стратегии зависит от грамотного выбора, который учитывает позиционирование компании, ситуацию на рынке и направление ее развития.

Майкл Портер разработал три базовые стратегии, каждая из которых опирается на уникальное позиционирование компании на рынке [6]:

1. **Лидерство по издержкам:** Компания фокусируется на оптимизации процессов и сокращении расходов. Это позволяет предлагать конкурентные цены, что привлекает большую аудиторию. Пример - X5 Retail Group, управляющая сетью магазинов «Пятерочка», «Перекресток» и др.
2. **Дифференциация:** Компания выделяется на фоне конкурентов, предлагая уникальные товары или услуги, и акцентирует внимание на своих отличительных чертах. Это может быть особый про-



Рис. 1. Виды маркетинговых стратегий

Источник: Лукичёва Т.А. [и др.] Маркетинг: учебник и практикум для вузов /; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с.

дукт, дополнительный сервис или яркий имидж. Пример - «Тинькофф Банк», который первым предложил клиентам полностью дистанционное обслуживание.

3. Фокусирование: Компания концентрируется на конкретном сегменте рынка, предлагая товары или услуги, специально разработанные для этой группы покупателей. Например, магазины виниловых пластинок или товаров для дошкольников [1].

Конкурентные стратегии не являются универсальными, а формируются с учетом конкретных условий компании и ситуации на рынке. Филип Котлер выделил четыре основных подхода:

1. Расширение: Компания инвестирует в рост и увеличение своей доли на рынке. Это может сопровождаться сокращением текущей прибыли из-за необходимости масштабирования производства, например, строительства новых заводов, найма персонала и закупки оборудования.
2. Удержание: Компания фокусируется на поддержании своих позиций на рынке, продвигая товары или услуги, приносящие основной доход, даже если их рост не значителен.

3. Сбор урожая: Компания максимизирует прибыль от продажи товаров или услуг с неопределенным будущим, быстро получая доход и сокращая расходы перед ожидаемым снижением спроса.
4. Деинвестирование: Компания отказывается от одного направления бизнеса и перенаправляет ресурсы на развитие новой отрасли или создание нового продукта. Это может быть необходимо при ликвидации бизнеса или при убыточности конкретного направления.

Выбор подходящей конкурентной стратегии зависит от различных факторов, таких как размер компании, отрасль, конкуренция и рыночные тенденции [6]. Компании должны тщательно оценивать свои сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы рынка, прежде чем определять и реализовывать свою конкурентную стратегию [2].

Глобальные стратегии:

1. Интернализация — компания выходит на новые международные рынки.
2. Глобализация — компания создает продукты, соответствующие международным стандартам.
3. Кооперация — компания сотрудничает с другими компаниями на международном уровне [4].

Эти стратегии позволяют компаниям воспользоваться возможностями глобализации, такими как расширение рынка, снижение затрат и повышение конкурентоспособности. Однако они также сопряжены с рядом проблем, таких как культурные различия, нормативные препятствия и политическая нестабильность. Поэтому компаниям необходимо тщательно оценивать риски и выгоды, связанные с каждой стратегией, прежде чем реализовывать ее.

Существует два основных типа стратегий роста: интенсивный и диверсифицированный [6]. Интенсивный рост фокусируется на укреплении позиций в существующем сегменте рынка или на создании уникального предложения. Диверсифицированный рост направлен на расширение ассортимента продукции или на открытие новых бизнес-направлений. Интенсивный рост можно сравнить с вертикальным развитием, а диверсифицированный - с горизонтальным.

Структура маркетинговой стратегии развития компании основывается на четырех взаимосвязанных компонентах: продукт (англ. Product), цена (англ. Price), продвижение (англ. Promotion) и дистрибуция (англ. Place). Эта комбинация элементов известна как «4P» или «маркетинг-микс» [8].

Стратегии международного маркетинга:

1. Стандартизированный маркетинг: использование единой стратегии для всех рынков (например, McDonald's).
2. Адаптивный маркетинг: настройка стратегии для каждого рынка с учетом его особенностей (например, Coca-Cola).
3. Глобальный маркетинг: создание единой глобальной стратегии, учитывающей потребности всех рынков (например, Apple).
4. Локальный маркетинг: разработка отдельной стратегии для каждого рынка (например, Nestle).

Выбор инструментов и стратегий международного маркетинга зависит от многих факторов, таких как [6]:

- целевая аудитория (кто является потенциальным покупателем продукта),
- рыночная среда (экономическая, политическая, культурная среда рынка),
- конкуренты (кто является конкурентом на рынке),
- ресурсы (какими ресурсами обладает компания (финансовыми, кадровыми, технологическими)),
- цели (что компания хочет достичь на зарубежном рынке) [3].

Правильно сформулированная и реализованная стратегия позволяет компании добиться лидерства на рынке, увеличить прибыль и создать прочный бренд.

Список литературы:

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С.Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2024. — 304 с.

2. Диденко Н.И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. — М.: Изд-во Юрайт, 2024. — 409 с.

3. Зайцев А.Г., Такмакова Е.В. Маркетинговые исследования. Учебное пособие. М.: РИОР, 2023. — 88 с.

4. Карпова С.В. Международный маркетинг: Учебник и практикум для бакалавров, 7-е изд. М.: Дашков и К, 2023. — 296 с.

5. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А.В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2022. — 595 с.

6. Литвиненко И.Л., Яковенко С.В. Управление проектами: учебное пособие. — Ростов н/Д: ООО «Донской издательский дом», 2016. — 192 с. (3)

7. Лукичёва Т.А. [и др.] Маркетинг: учебник и практикум для вузов /; под редакцией Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2024. — 386 с.

8. Овсянников А.А. Современный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А.А. Овсянников. — М.: Изд-во Юрайт, 202 — 582 с.

*Казаков М.Ю.
Научный руководитель: д.э.н., профессор Шихалиева Д.С.*

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

RISK MANAGEMENT AS A FACTOR IN INCREASING THE FINANCIAL STABILITY OF AN ENTERPRISE

КАЗАКОВ Михаил Юрьевич — студент 1 курса магистратуры факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: gkmishaka-2z5ak@mail.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Жаннет Сергеевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

KAZAKOV Mikhail Yuryevich — the 1st Year Master's Student at the Faculty of Economics, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: gkmishaka2z5ak@mail.ru).

Research Supervisor:

SHIKHALIYEVA Dzhanet Sergoevna – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor at the Department of Economics and Management, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация: *статья рассматривает управление рисками как ключевой аспект, способствующий повышению финансовой устойчивости предприятия в динамично меняющейся экономической среде. Автором представлены факторы, из-за которых могут возникать риски в деятельности предприятия. В условиях современного рынка предприятиям необходимо активно развивать свои подходы к управлению рисками, чтобы оставаться конкурентоспособными и успешными в долгосрочной перспективе.*

Ключевые слова: *управление рисками, менеджмент, финансовая устойчивость, оценка рисков, оптимизация деятельности.*

Abstract: *the article considers risk management as a key aspect that contributes to improving the financial stability of the enterprise in a dynamically changing economic environment. The author presents the factors due to which risks may arise in the activities of the enterprise. In today's market conditions, enterprises need to actively develop their approaches to risk management in order to remain competitive and successful in the long term.*

Keywords: *risk management, management, financial stability, risk assessment, optimization of activities.*

Управление рисками организации — это важнейший аспект в управлении предприятием в целом. Благодаря управлению рисками предприниматель может качественно и количественно проанализировать ключевые моменты в развитии, основываясь на стратегический план [6].

Риски же являются компонентами работы, которые нужно уметь правильно устранять для эффективной деятельности предприятия. Столкновение с риском — это наступление возможных неблагоприятных событий, нанесение ущерба как самому человеку, так и имуществу - домашнему, общественному, производственному и т. д. [4].

Говоря об управлении рисками, мы затрагиваем в целом финансовую устойчивость предприятия. Есть прекрасное понимание того, что повышение финансовой устойчивости зависит от того, какие шаги будут приняты в управлении рисками [6].

Если более подробно рассматривать риски, то они бывают разных видов.

Финансовые риски — это вероятность возможных финансовых потерь предприятия, связанные с денежными операциями в рамках рыночных условий. Факторами возникновения обычно могут являться колебания курсов, изменения процентных ставок, изменение ценности активов. Предприниматель должен уметь обращаться с финансовыми потоками, дабы достичь стабильной финансовой устойчивости.

Операционные риски — это риски, возникающие из-за изменений или сбоев во внутренней системе предприятия. Обычно появляются с наступлением изменений работы, рабочей силы, когда приходится изменять план рабочих действий.

Стратегические риски — это риски, связанные с изменениями динамики стратегического плана организации, которые могут привести к организационным и финансовым трудностям. Обычно возникают из-за изменений рыночной среды, появлением на рынке новых игроков или изменением потребительских предпочтений. В стратегическом планировании главное просчитать все возможные наступления неблагоприятных

факторов, чтобы обеспечить долгосрочное развитие и финансовую устойчивость компании.

Репутационные риски — это возможности возникновения негативного восприятия по отношению к предприятию со сторон потребителей, поставщиков, дистрибьюторов и других субъектов рынка. Неподдержание репутации негативно влияет на развитие компании, ибо теряется доверие, снижаются продажи. В основном это происходит из-за различных экономических нарушений, информационных скандалов и недолжного обслуживания клиентов.

Физические риски — это риски, связанные с физическими угрозами, влияющими на деятельность предприятия. Факторами данных рисков могут быть природные явления, техногенные происшествия, которые могут повредить инфраструктуру и задеть как внешнюю, так и внутреннюю среду компании.

Социальные — риски, которые напрямую связаны с потребительским отношением. Социальные условия и общественное мнение часто изменяется, что может пагубно влиять на развитие организации. Здесь может влиять законодательство, которое может изменить свою политику, культурные изменения, которые дают обществу пересматривать ценности, которые дает само предприятие и многое другое.

И технологические риски. Риски, возникающие на фоне износа технологий и технологических тенденций, которые со временем устаревают. Могут возникать различные сбои, которые включают кибератаки, ошибки в программном обеспечении и т.п. Предпринимателю необходимо идти в ногу со временем, дабы использовать нужные ресурсы, и уметь управлять технологиями.

Если гармонизировать между управлением всеми этими видами, то получится положительная картина деятельности и в том числе финансовой устойчивости предприятия.

Выделяя две основные цели предприятия - рост и развитие, нужно понимать тактически и стратегически, как действовать с рисками [6].

Одной из главных причин финансовой нестабильности является неопределенность. При неопределенности у компании предстоит задача грамотно планировать свою деятельность, просчитав все до мелочей. Экономическая неопределенность — это состояние, когда предприниматель обязан принять фактор возникновения риска и грамотно просчитать путь его решения. Предприниматель проявляет готовность идти на риск в условиях неопределенности, поскольку наряду с риском потерь существует возможность дополнительных доходов [5].

К тому же необходимо заниматься распределением ресурсов. Это необходимо для того, чтобы материальная и финансовая составляющая вовремя, согласно планированию, покрывала издержки компании. Правильно выстроенная оптимизация положительно влияет на устойчивый рост организации. Предприятия, которые активно занимаются управлением рисками, могут выявить области, требующие дополнительных инвестиций или внимания, и перераспределить ресурсы для повышения эффективности [3].

При планировании финансовой устойчивости необходимо выстроить партнерские отношения с инвесторами. Тем самым фактор риска снижается, ибо появляются дополнительные финансирование и материальное обеспечение, с которыми предприятию будет легче покрывать возникающие денежные вопросы.

В управлении рисками важно использовать различные методы, которые помогут организации быть лучше подготовленными к финансовым изменениям [6]. Одним из методов можно назвать наличие резервного капитала. Это означает, что если основной капитал работает, но прослеживается отрицательная динамика, то на помощь можно использовать резервные источники, с помощью которых предприятие сможет бесперебойно вести свою деятельность.

Еще одним методом можно назвать страхование активов. При этом методе все активы компании будут официально защищены, дабы избежать возможности их потери.

Ну и, конечно, компания должна следить за своей репутацией. Компании с хорошей репутацией легче привлекают клиентов и партнеров, что, в конечном итоге, дает рост компании. А положительное восприятие со стороны потребителей обеспечит финансовое развитие.

Рассматривая в целом процесс управления рисками, все начинается с определения возможных угроз. Нужен примерный план действий, проанализировав внешнюю и внутреннюю среду.

Оценив возможные наступления рисков, нужно проработать стратегию. Под стратегическим управлением компанией (стратегическим менеджментом) понимают целенаправленную деятельность владельцев и руководства компании по разработке, согласованию, утверждению и реализации стратегии компании [1].

После предприниматель производит мониторинг рисков в деятельности организации. На этом этапе необходимо выявить точную эффективность применяемых мер.

Риск представляет собой количественную оценку будущих результатов в условиях неопределенности, которая формируется на основе

построенного распределения будущих результатов бизнеса, имеющего субъективный характер [2].

Таким образом, эффективное управление рисками является важным элементом стратегического планирования деятельности любой компании. Компетентное применение инструментария для выявления и снижения рисков не только поможет сузить возможные потери и ущерб, но и значительно укрепит финансовое положение организации. По мере динамичного роста рыночной среды, компаниям нужно постоянно улучшать свои стратегии управления рисками, чтобы сохранить конкурентные позиции и развиваться в будущем.

Список литературы:

1. Абрамов В.С., Абрамов С.В. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2025. — 434 с.

2. Воронцовский А.В. Управление рисками: учебник и практикум для вузов. — 2-е изд. — М.: Изд-во Юрайт, 2025. — 485 с.

3. Финансовая политика организации: теория и практика / А.Н. Черниченко, Л.Л. Черниченко, Д.Н. Лапаев, Д.С. Шихалиева. — Минеральные Воды: Ростовский гос. ун-т путей сообщения, 2012. — 448 с.

4. Чернова Г.В. (ред.) Страхование и управление рисками: учебник для вузов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Юрайт, 2025. — 630 с.

5. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: учебное пособие. — 12-е изд., перераб. — Москва: Дашков и К°, 2023. — 538 с.

6. Litvinenko I.L., Kireev S.V., Panichkina M.V., Shichiyakh R.A., Tikhomirov E.A. Development of Industrial-innovative clusters in Russia // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15. No 12. P. 193–202.

УДК 658.8
ББК 65.29

Левина А.Д.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Веригина Г.М.

ВЛИЯНИЕ ДАННЫХ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА БИЗНЕС-РЕШЕНИЯ

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA DATA ON BUSINESS DECISIONS

ЛЕВИНА Алина Денисовна — студент 1 курса магистратуры института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия (e-mail: alice31012003@mail.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна — кандидат экономических наук, доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва, Россия (e-mail: g.verigina@mail.ru).

LEVINA Alisha Denisovna — the 1st Year Master's Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: alice31012003@mail.ru).

Research supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna — Candidate of Economics Sciences, Associate Professor at the Department of Econometrics and Mathematical Economic Sciences, Head of the Department of Business Informatics, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация: в современном цифровом мире социальные сети играют ключевую роль в бизнес-процессах, предоставляя компаниям огромный объем данных для анализа. В данной статье рассматриваются основные методы сбора и анализа данных из социальных сетей, включая анализ тональности, трендовый анализ, изучение сетевых связей и обработку текстовой информации. Особое внимание уделяется влиянию данных

из социальных сетей на маркетинговые стратегии, развитие продуктов и управление репутацией. Представлены реальные кейсы успешного использования аналитики социальных сетей в бизнесе, а также рассмотрены возможные риски и ограничения данного подхода. В заключении подчеркивается значимость интеграции аналитики социальных сетей в процессы принятия бизнес-решений для повышения конкурентоспособности компаний.

Ключевые слова: *социальные сети, бизнес-аналитика, анализ данных, маркетинговые стратегии, искусственный интеллект, анализ тональности, трендовый анализ, управление репутацией, цифровая трансформация.*

Abstract: *in today's digital world, social media plays a key role in business processes by providing companies with vast amounts of data for analysis. This article explores the main methods of collecting and analyzing social media data, including sentiment analysis, trend analysis, network analysis, and text processing. Particular attention is given to the impact of social media data on marketing strategies, product development, and reputation management. Real-life cases of successful application of social media analytics in business are presented, along with a discussion of potential risks and limitations of this approach. The conclusion emphasizes the importance of integrating social media analytics into business decision-making processes to enhance companies' competitiveness.*

Keywords: *social media, business analytics, data analysis, marketing strategies, artificial intelligence, sentiment analysis, trend analysis, reputation management, digital transformation.*

В эпоху цифровой трансформации социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей по всему миру. Они не только служат средством общения и развлечения, но и представляют собой мощный инструмент для ведения бизнеса. Сегодня компании активно анализируют данные из социальных сетей, стремясь лучше понять своих потребителей, предугадывать рыночные тренды и формировать эффективные стратегии взаимодействия с аудиторией [8]. Благодаря огромному объему информации, доступной в социальных сетях, бизнес может извлекать полезные инсайты, которые помогают принимать обоснованные решения, оптимизировать маркетинговые кампании и адаптировать продукты под запросы пользователей. В данной статье рассматриваются основные методы анализа данных из социальных сетей, их влияние на бизнес-процессы, а также реальные кейсы использования подобных подходов. Как отмечает Ф. Котлер в книге «Маркетинг 4.0:

как использовать новые технологии для привлечения клиентов» (2019), социальные сети стали одним из главных инструментов маркетинга в современном мире [3].

Информация, генерируемая в социальных сетях, представляет собой огромный массив данных, который можно классифицировать на несколько категорий. Во-первых, это текстовые данные, включающие в себя посты, комментарии, отзывы и хештеги. Они несут в себе важную информацию о мнениях, предпочтениях и потребностях пользователей. Во-вторых, визуальные данные, такие как изображения, видео и мемы, позволяют оценивать визуальные тренды и предпочтения аудитории. В-третьих, поведенческие данные, включая лайки, репосты, подписки и время просмотра контента, дают представление о том, какие темы вызывают наибольший интерес у пользователей. Как указывает Шевченко Д.А. в работе «Цифровой маркетинг: учебник», именно сочетание этих трех типов данных позволяет компаниям выстраивать эффективные бизнес-стратегии [6].

Компании используют различные методы сбора этих данных. Одним из наиболее распространенных способов является использование API социальных сетей, таких как Twitter API или Facebook Graph API, позволяющих получать структурированную информацию в режиме реального времени. Другой метод — веб-скрейпинг, который применяется для парсинга данных с открытых страниц социальных платформ. Кроме того, существуют специализированные инструменты мониторинга, такие как Brandwatch, Hootsuite и Sprout Social, которые помогают отслеживать упоминания бренда и анализировать тональность отзывов. В исследовании А.Ю. Мельникова «Big Data в маркетинге: российский и зарубежный опыт» подчеркивается важность автоматизированных инструментов мониторинга для оперативного реагирования на изменения потребительского поведения [4].

Одним из ключевых методов анализа данных из социальных сетей является анализ тональности (Sentiment Analysis), который позволяет определить эмоциональную окраску сообщений пользователей. Этот подход основан на технологиях обработки естественного языка (NLP) и помогает компаниям отслеживать отношение аудитории к бренду, продукту или рекламной кампании. Например, если в комментариях к новому продукту преобладают негативные отзывы, компания может оперативно отреагировать, внося изменения в стратегию продвижения. Как отмечают авторы книги «Информационные системы и технологии в маркетинге» (Кожевникова Г.П., Одинцов Б.Е.), анализ тональности помогает не толь-

ко улучшать имидж бренда, но и формировать точные стратегии продвижения [2].

Другим важным методом является трендовый анализ. Социальные сети — это динамичная среда, в которой ежедневно появляются новые темы и обсуждения. Анализ популярных хештегов, ключевых слов и поисковых запросов позволяет компаниям выявлять актуальные тренды и использовать их в своих маркетинговых стратегиях. Например, бренды модной индустрии активно отслеживают тренды в Instagram и TikTok, чтобы своевременно предлагать аудитории актуальные товары. В книге Смирнова Д.В. «Цифровой маркетинг и анализ данных» подробно рассматриваются методы выявления трендов и их применение в стратегиях продвижения [5].

Дополнительно, анализ социальных графов и сетевых связей позволяет компаниям выявлять ключевых лидеров мнений, которые оказывают значительное влияние на поведение целевой аудитории [8]. Благодаря этому методу можно определить, через каких пользователей наиболее эффективно распространять рекламные сообщения. Лидеры мнений, такие как блогеры, знаменитости и активные участники тематических сообществ, могут существенно повлиять на доверие к бренду и формирование общественного мнения.

Использование данных из социальных сетей оказывает значительное влияние на различные аспекты бизнеса. В маркетинговых стратегиях анализ комментариев и пользовательских предпочтений позволяет брендам создавать более персонализированные рекламные кампании, что повышает их эффективность и увеличивает вовлеченность аудитории. Например, компании могут настраивать таргетированную рекламу, основываясь на интересах и поведении пользователей в социальных сетях. В книге Карасева А.П. «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» подчеркивается, что сегментация аудитории на основе социальных данных позволяет значительно увеличить конверсию рекламных кампаний [1].

Еще одним важным аспектом является развитие продуктов. Компании могут использовать отзывы и обсуждения в соцсетях для совершенствования своих товаров и услуг. Например, если пользователи массово жалуются на определенный недостаток продукта, бренд может внести соответствующие изменения и перезапустить его с улучшенными характеристиками. Как отмечается в сборнике материалов конференции «Коммуникации в условиях цифровых изменений», анализ обратной связи в соцсетях позволяет компаниям минимизировать риски, связанные с запуском новых товаров [7].

Таким образом, можно сделать вывод, что грамотное использование данных социальных сетей позволяет не только оперативно реагировать на изменения потребительских предпочтений, но и формировать долгосрочные стратегии развития бизнеса. Однако, несмотря на преимущества, необходимо учитывать возможные риски, такие как недостоверность данных и вопросы конфиденциальности. В будущем с развитием технологий искусственного интеллекта и машинного обучения методы анализа данных социальных сетей станут еще более точными и востребованными, а их применение позволит компаниям добиваться еще больших успехов в условиях цифровой экономики.

Список литературы:

1. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 315 с.
2. Кожевникова Г.П., Одинцов Б.Е. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2025. – 444 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: Как использовать новые технологии для привлечения клиентов. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.
4. Мельников А.Ю. Big Data в маркетинге: российский и зарубежный опыт. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 312 с.
5. Смирнов Д.В. Цифровой маркетинг и анализ данных. - Санкт-Петербург: Питер, 2021. – 265 с.
6. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 288 с.
7. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции «Коммуникации в условиях цифровых изменений». - Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2023. – 285 с. - URL: <https://unecon.ru/wp-content/uploads/2023/11/cdt-2023-sbornik.pdf> (дата обращения: 24.04.2025).
8. Экономика России: ресурсный потенциал развития: коллективная монография / Л.М. Аллахвердиева, Г.Т. Пономарева, А.В. Чердакова [и др.]. - Москва: Московский государственный гуманитарно-экономический университет, 2015. – 264 с.

УДК 316.7
ББК 60.56

*Медникова Д.Д.
Научный руководитель: д.э.н., профессор Нестеренко Ю.Н.*

**ДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ИНКЛЮЗИИ:
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ
И ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ
КУЛЬТУРНЫХ ГРУПП**

**DESIGN AS A TOOL FOR SOCIAL INCLUSION:
MAKING DIGITAL ENVIRONMENTS AND PUBLIC SPACES
ACCESSIBLE TO DIFFERENT CULTURAL GROUPS**

МЕДНИКОВА Дарья Дмитриевна — студент 1 курса магистратуры Института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия (e-mail: mednikova-da@yandex.ru).

Научный руководитель:

НЕСТЕРЕНКО Юлия Николаевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры микроэкономики Института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

MEDNIKOVA Daria Dmitrievna — the 1st Year Master's Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: mednikova-da@yandex.ru).

Research supervisor:

NESTERENKO Julia Nikolaevna — Doctor of Economics, Professor, Professor at the Department of Microeconomics at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: julia-nesterenko@mail.ru).

Аннотация: в статье рассматриваются теоретические и практические аспекты применения дизайна как инструмента социальной инклюзии при создании цифровых продуктов и общественных пространств,

ориентированных на различные культурные группы. Проанализированы ключевые принципы инклюзивного дизайна и культурной адаптации, методы исследования пользовательских потребностей в многоязычной и мультикультурной среде, а также реальные. Особое внимание уделено современным вызовам — бюджетным, техническим и кадровым — и перспективам автоматизации культурной адаптации с помощью нейросетевых технологий.

Ключевые слова: инклюзивный дизайн, социальная инклюзия, культурная адаптация, цифровая доступность, мультикультура, пользовательский опыт, нейросети.

Abstract: *the article discusses theoretical and practical aspects of the application of design as a tool of social inclusion in the creation of digital products and public spaces oriented towards different cultural groups. Key principles of inclusive design and cultural adaptation, methods of researching user needs in multilingual and multicultural environments, and real ones are analysed. Special attention is paid to contemporary challenges - budgetary, technical and human resources - and the prospects of automating cultural adaptation with the help of neural network technologies.*

Keywords: *inclusive design, social inclusion, cultural adaptation, digital accessibility, multicultural, user experience, neural networks.*

Глобализация и быстрый рост цифровых технологий выводят взаимодействие пользователей на новый уровень, одновременно усиливая разрыв между представителями разных культур, языков и социальных групп. Традиционные подходы к проектированию, ориентированные на среднестатистического пользователя, все чаще приводят к исключению значительных сегментов аудитории: людей пожилого возраста, со сниженной технологической грамотностью, мигрантов и представителей этнических меньшинств [3]. Социальная инклюзия в дизайне означает обеспечение равных возможностей доступа к продуктам и услугам вне зависимости от культурных, языковых и физических отличий.

По данным ФРИ (Федерального реестра инвалидов), количество взрослых людей с ограниченными возможностями по здоровью в России в 2023 году составило более 10,2 млн граждан. Из них – инвалидов по зрению почти 500 тысяч [8].

Также за последние годы выросло число пожилой аудитории цифрового пространства, особенно с появлением мобильных телефонов. В 2021 году доля интернет-пользователей 55–64 лет увеличилась по сравнению с 2019 годом с 67 % до 81 %, в возрасте 65–74 лет – с 39 % до 53 % [8].

В связи с этим представляется актуальным исследовать, каким образом дизайн может способствовать укреплению социальной инклюзии, проанализировать примеры успешных кейсов, а также определить основные проблемы и перспективные направления развития инклюзивного дизайна. Методологической основой исследования стали концепции универсального и инклюзивного дизайна в онлайн и офлайн, методы качественного и количественного UX-анализа, а также современные достижения в области нейросетевых технологий, используемых для автоматизации, локализации и персонализации интерфейсов.

Дизайн традиционно понимается как процесс творческого решения задач по организации визуальной, функциональной и структурной составляющих продукта или среды [3]. Основные функции дизайна включают коммуникацию (передачу информации через цвета, формы, иконографику), навигацию (логическая схема взаимодействия и последовательность действий) и эстетическое воздействие (формирование эмоционального отклика у пользователя). В современном обществе, где цифровые сервисы прочно вошли в повседневную жизнь, качественный дизайн становится конкурентным преимуществом и важным фактором социальной инклюзии: от интуитивно понятного интерфейса мобильного приложения до удобного расположения элементов управления в общественном пространстве.

Для различных культурных групп инклюзия означает уважение и учет их традиций, символики и канонов восприятия. В контексте цифровых продуктов это включает мультиязычность, адаптивность визуальных решений под культурные коды и способность интерфейса учитывать специфику мышления пользователя. Для физических пространств — отсутствие архитектурных барьеров, тактильные и аудиокommunikативные элементы, понятные без знания местного языка.

Инклюзивный (универсальный) дизайн базируется на трех основных принципах [5]:

1. Универсальный доступ. Продукты должны быть доступны для всех пользователей, включая людей с ограниченными возможностями. Это включает в себя как физическую доступность, так и доступность контента и функциональности.
2. Гибкость взаимодействия — предоставление альтернативных способов ввода и вывода (текст, звук, жесты, адаптивный интерфейс).
3. Учет культурных различий — цветовые, символические и коммуникативные нормы различных сообществ.

Культурная адаптация выходит за рамки простого перевода текстов: она включает локализацию визуальных метафор, форматов дат и чисел,

символики и даже навигационных паттернов. Дизайн может стать мощным инструментом для обеспечения социальной инклюзии, если в процессе проектирования последовательно применяются принципы универсальности и гибкости.

В условиях стремительного роста цифровых сервисов и обновления городской инфраструктуры инклюзивный дизайн превращается в обязательный стандарт качества и социальной ответственности [3]. В России этот процесс во многом определяется сочетанием международных норм (WCAG, ISO), национальных стандартов (ГОСТ Р ИСО 9241-171–2017 [3]) и локальных законодательных инициатив (Федеральный закон № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» [1]).

Методологическую основу исследования для создания инклюзивного дизайна составляют [4]:

- Качественные методы (глубинные интервью, фокус-группы, этнографические наблюдения) для выявления скрытых ожиданий и культурно обусловленных предпочтений. Посещение местных МФЦ, библиотек и социальных центров позволяет увидеть, как люди с разной культурной и языковой принадлежностью взаимодействуют с пространством и интерфейсами в реальных условиях.
- Количественные методы (опросы, A/B-тестирование прототипов, анализ метрик конверсии) для объективной оценки эффективности интерфейсов.

В России за последние годы сформировался ряд практических решений в области инклюзивного дизайна цифровых продуктов и общественных пространств, направленных на обеспечение равного доступа широкому кругу пользователей — от пожилых людей и лиц с инвалидностью до носителей разных языков и культур:

1. Мобильное приложение «Сбербанк Онлайн» стабильно признается одним из самых доступных в России. По итогам рейтинга Usability-Lab (2020), Сбербанк занял первое место среди банковских приложений по удобству для людей с инвалидностью: приложение поддерживает высококонтрастные темы, масштабирование интерфейса без потери работоспособности, а также интегрированную поддержку экранных читалок и голосового ввода [9]. Кроме того, внутри банка существует команда, которая постоянно проводит исследования и тесты, привлекая пользователей с различными ограничениями, и оперативно вносит коррективы в дизайн и логику работы сервисов [6].
2. В московском метрополитене системно внедряются элементы тактильной навигации и мультимодального информирования пас-

сажиров. На станциях Большой кольцевой линии и других новых участках укладывают тактильную плитку-направляющую, оборудуют дублирующие стойки экстренного вызова с шрифтом Брайля, а по периметру эскалаторов наносят ярко-желтую маркировку для создания контрастного визуального акцента [7], [10], [11].

3. Сайт Федеральной Налоговой службы РФ постоянно расширяет инклюзивные возможности. Помимо мультязычного интерфейса, на сайте можно увеличить шрифт, отключить цветные изображения, поменять цвета интерфейса и другие функции, которые особенно востребованы пожилыми людьми и гражданами с низкой цифровой грамотностью.
4. «Яндекс» адаптировал все свои сервисы для незрячих пользователей, а также принимает на работу соискателей и тестировщиков с ограниченными возможностями. А после того, как сеть по доставке пиццы «Додо Пицца» адаптировала приложение для незрячих пользователей, ее дополнительная выручка в месяц составила 8 млн рублей. Этого удалось добиться всего лишь благодаря частичным изменениям дизайна приложения [8].

На практике создание инклюзивного дизайна подвергнуто трудностям:

1. Глубокая локализация, участие представителей разных культур и людей с ограниченными возможностями в тестировании и адаптация интерфейсов под различные сценарии требуют времени и затрат, которые не всегда укладываются в коммерческие рамки.
2. Многие существующие сервисы построены на «жестких», монолитных платформах, где сложно внедрить механизмы динамической подстановки языковых ресурсов, адаптивных шаблонов и мультимодальных интерфейсов. Поиск компромиссов между быстродействием, безопасностью и гибкостью часто откладывает работу по доступности на неопределенное время.
3. В российском контексте мало академических публикаций и открытых исследований по UX-потребностям малых этнических и языковых групп, а существующие данные нередко устарели или собраны на нерепрезентативных выборках. Это мешает выстраивать обоснованные гипотезы и валидировать дизайн-решения.

Перспективы развития складываются под воздействием трех взаимосвязанных факторов — технологического прогресса, институциональных инициатив и роста общественного запроса на равный доступ. В глобальном масштабе инклюзивный дизайн все более воспринимается не как «до-

полнительная» опция, а как необходимая составляющая при создании цифровых и физических продуктов, а также будет одним из ключевых факторов конкурентоспособности. В России, где насчитывается до 160 этнических групп и множество малочисленных народов, задачи культурной и языковой адаптации приобретают особую остроту и при этом создают уникальные возможности для локальных инноваций.

Развитие искусственного интеллекта и больших данных открывает новые горизонты для персонализированного и адаптивного интерфейса. Итеративный процесс «проектирование — дизайн — тестирование — доработка» дополняется современными ИИ-инструментами: автоматическим анализом читаемости текстов, предварительным машинным переводом с последующей экспертной корректировкой и генерацией визуальных вариантов на основе обученных нейросетей.

Уже сегодня провайдеры цифровых сервисов используют алгоритмы для анализа предпочтений и корректировки цветовых схем, шрифтов и даже структуры навигации «на лету» в зависимости от поведения пользователя [3]. В перспективе эти технологии станут неотъемлемой частью дизайн-процесса, позволяя создавать интерфейсы, которые «учатся» у пользователя и подстраиваются под его индивидуальные и культурные особенности.

В настоящее время можно выделить несколько ключевых перспектив развития инклюзивного дизайна:

1. Автоматизированная локализация. Появление нейросетей, способных не только переводить текст, но и адаптировать визуальные метафоры под национальные и культурные коды, позволит быстро масштабировать цифровые продукты на десятки языков одновременно (OpenAI, 2024).
2. Гибридные пространства. Интеграция VR/AR-решений в общественное пространство создаст «виртуальные гиды» для мигрантов и туристов, адаптирующие контент под их культурный бэкграунд и уровень владения языком, что особенно актуально для крупных мегаполисов.
3. Социальная ответственность бизнеса. Усиление требований инвесторов и потребителей к социальной ответственности подтолкнёт компании интегрировать инклюзивные практики в стратегию развития, рассматривая доступность как конкурентное преимущество, а не как расходную статью.

Таким образом, дизайн, ориентированный на социальную инклюзию, представляет собой симбиоз творческого подхода и междисциплинарного

знания. Он позволяет формировать продукты и услуги, доступные и понятные широкому кругу пользователей вне зависимости от их культурных, языковых или физических особенностей. Инклюзивные продукты укрепляют доверие пользователей, расширяют аудиторию и создают социальную устойчивость в многонациональных сообществах.

Внедрение инклюзивных практик требует системного подхода, объединяющего методы UX-исследований, стандарты доступности и инновационные технологии, в том числе нейросетевые.

Чтобы сделать цифровую среду доступной для всех, государство, в первую очередь, должно содействовать разработке инновационных решений и повышать осведомленность населения о необходимости внедрять цифровую доступность [3]. Во-вторых, пользователи с ограниченными возможностями здоровья должны быть вовлечены в тестирование цифровых продуктов, чтобы их потребности учитывались. В-третьих, нужно создать общие технические рекомендации, гайдлайны, для дизайнеров интерфейсов, содержащих универсальные критерии соответствия цифровой доступности.

Помимо цифровой среды, важно не игнорировать инклюзивность в общественных местах и городской инфраструктуре. Доступные пешеходные переходы, тактильная навигация для людей с нарушениями зрения, удобные подъезды для маломобильных групп населения и адаптированные общественные пространства создают комфорт и равные возможности для всех жителей города. Инклюзивный подход в урбанистике также, как и благоприятная цифровая среда способствует социальной интеграции и повышает качество жизни.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 № 181-ФЗ (ред. от 14.07.2022) // Консультант-Плюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/ (дата обращения: 20.05.2025).
2. ГОСТ Р ИСО 9241-210-2016. Эргономика взаимодействия человек-система. Часть 210. Человеко-ориентированное проектирование интерактивных систем. – Введ. 2017-03-01. – М.: Стандартинформ, 2016. – 42 с.
3. Литвиненко И.Л. О необходимости реализации государственной инновационно-инвестиционной политики в России // Европейский журнал социальных наук. 2013. № 11-1 (38). С. 378-386.
4. Rubin J., Chisnell D. Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests. – 2nd ed. – Hoboken, NJ: Wiley, 2008. – 384 p.

5. Williams B. Designing for Diversity: A Guide to Inclusive Design. – New York: Design Press, 2023. – 51 p.

6. Без ограничений: как создаются сайты для людей с инвалидностью [Электронный ресурс] // СберПро. – URL: <https://sber.pro/publication/bez-ogranichenii-kak-sozdaiutsia-saity-i-mobilnye-prilozheniia-dlia-invalidov> (дата обращения: 20.05.2025).

7. Доступность метрополитена для маломобильных пассажиров [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского метрополитена. – URL: <https://mosmetro.ru/passengers/services/accessibility-center/accessibility> (дата обращения: 20.05.2025).

8. Как компании придумывают инклюзивный дизайн [Электронный ресурс] // Forbes Россия. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/490277-kak-kompanii-privumyvaut-inkluzivnyj-dizajn-ctoby-ih-produkt-byl-dostupen-vsem> (дата обращения: 20.05.2025).

9. Приложение «Сбербанк онлайн» назвали самым доступным [Электронный ресурс] // Агентство социальной информации. – URL: <https://asi.org.ru/news/2020/06/29/sberbank-prilozhenie-infalidy/> (дата обращения: 20.05.2025).

10. Тактильная разметка может быть красивой [Электронный ресурс] // Тифлоцентр «Вертикаль». – URL: <https://tiflocentre.ru/stati/dostupnoe-metro.php> (дата обращения: 20.05.2025).

11. Тактильные надписи для слабовидящих пассажиров [Электронный ресурс] // Транспорт Москвы. – URL: https://transport.mos.ru/mostrans/all_news/114798 (дата обращения: 20.05.2025).

УДК 620
ББК 658.51

Уланова А.Д.
Научный руководитель: к.э.н., доцент Веригина Г.М.

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ 5S КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

THE IMPLEMENTATION OF THE 5S METHODOLOGY AS A MEANS OF INCREASING LABOR PRODUCTIVITY

УЛАНОВА Алина Дмитриевна — студент 1 курса магистратуры института ЭМИТ, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия (e-mail: ul.alisha@yandex.ru).

Научный руководитель:

ВЕРИГИНА Галина Михайловна — кандидат экономических наук, доцент кафедры эконометрики и математической экономики, зав. отделением бизнес-информатики, Российская Академия Народного Хозяйства и Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия (e-mail: g.verigina@mail.ru).

ULANOVA Alina Dmitrievna — the 1st Year Master's Student at the Institute of Economics, Mathematics and Informational Technology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: ul.alisha@yandex.ru).

Research supervisor:

VERIGINA Galina Mikhailovna — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Econometrics and Mathematical Economics, Head of the Department of Business Informatics, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia (e-mail: g.verigina@mail.ru).

Аннотация: в статье рассматривается система 5S как инструмент повышения производительности труда. Описывается история возникновения методики, её ключевые принципы и этапы внедрения. Анализируется влияние системы 5S на организацию рабочего пространства и эффективность труда. Приводятся примеры успешного применения системы в российских компаниях. Делается вывод о значимости использования

5S для повышения конкурентоспособности и улучшения корпоративной культуры.

Ключевые слова: система 5S, производительность труда, бережливое производство, организация рабочего пространства, российская практика, управление качеством.

Abstract: the article considers the 5S system as a tool for increasing labor productivity. The history of the methodology, its key principles and stages of implementation are described. The influence of the 5S system on the organization of the workspace and labor efficiency is analyzed. Examples of successful application of the system in Russian companies are given. The conclusion is made about the importance of using 5S to increase competitiveness and improve corporate culture.

Keywords. 5S system, labor productivity, lean manufacturing, workspace organization, Russian practice, quality management.

В условиях современной конкурентной среды предприятия ищут эффективные инструменты для повышения производительности труда и оптимизации производственных процессов [1]. Одним из таких инструментов является система 5S - японская методика, направленная на организацию рабочего пространства и совершенствование производственной культуры. Система 5S активно используется в различных отраслях промышленности и сферах услуг по всему миру, включая Россию [2]. Внедрение 5S позволяет сократить потери времени и ресурсов, повысить качество продукции и улучшить условия труда сотрудников.

Актуальность изучения данной системы обусловлена ее широко распространенным применением в мировой практике и все более активным внедрением в российских компаниях [4].

Система 5S была разработана в Японии в середине XX века как часть концепции бережливого производства (Lean manufacturing), сформированной на базе опыта компании Toyota. В послевоенный период Япония столкнулась с необходимостью быстрого восстановления промышленности и повышения эффективности производства при ограниченных ресурсах. В таких условиях разработка и внедрение систем, минимизирующих потери и повышающих порядок на рабочих местах, стали приоритетом. Благодаря успехам в Toyota и другим японским компаниям методика 5S быстро распространилась по всему миру.

В России интерес к 5S начал расти с 2000-х годов, когда отечественные предприятия стали активно внедрять технологии бережливого производства и качественного менеджмента в попытках повысить конкурентоспособность на глобальном рынке [3].

Система 5S — это методика, основана на последовательном выполнении пяти шагов, направленных на улучшение организации рабочего пространства и повышение дисциплины сотрудников. Название «5S» происходит от пяти японских слов, начинающихся на букву «S».

Первый этап – сортировка (Seiri). Удаление с рабочего места всех ненужных предметов. Цель - оставить только то, что действительно необходимо для выполнения текущих задач. Это позволяет сократить время на поиск.

Второй этап – рациональное расположение (Seiton). Предметы располагаются таким образом, чтобы их было легко использовать, и маркируются так, чтобы любой рабочий мог быстро найти то, что ему необходимо.

Третий этап - уборка (Seiso). Регулярная уборка и поддержание чистоты на рабочем месте. Основной задачей является не только поддержание внешней привлекательности рабочего пространства, но и своевременное выявление потенциальных дефектов оборудования.

Четвертый этап – стандартизация (Seiketsu). Включает в себя разработку и внедрение стандартов, регламентирующих выполнение первых трех этапов. Стандарты обеспечивают поддержание достигнутого порядка.

Пятый этап – совершенствование (Shitsuke). Формирует у сотрудников привычки соблюдать установленные стандарты и правила. На этом этапе важно не просто внедрить изменения, а сделать их частью повседневной работы.

Внедрение системы 5S значительно улучшает эффективность работы и качество производственных процессов. Например, происходит экономия времени на поиск предметов. Благодаря продуманной организации рабочего места сотрудники быстрее находят нужные предметы, что сокращает простои и ускоряет выполнение задач [4]. Снижается количество ошибок и дефектов. Поддержание чистоты и порядка способствуют выявлению проблем на ранних стадиях и предотвращают ошибки, которые связаны с неаккуратностью или неправильным использованием оборудованием. Повышается безопасность труда и снижается травматизм, так как регулярные проверки уменьшают вероятность аварийных ситуаций, создавая более безопасные условия труда. Также повышается мотивация и дисциплина сотрудников. Потому что комфортная рабочая зона и понимание важности порядка формируют у сотрудников ответственного подхода к своей работе.

Внедрение системы 5S является частью философии бережливого производства, представляющей собой системный подход к непрерывному совершенствованию процессов и предполагающим активное участие сотрудников [7].

Тем не менее, внедрение системы 5S может столкнуться с различными препятствиями, например, сопротивление сотрудников, недостаток ресурсов, сложности с постоянным соблюдением установленных норм и культурные различия.

Зачастую сотрудники воспринимают внедрение 5S не как способ улучшения условий труда, а как дополнительную рутину, не приносящую реальной пользы. Руководство же, в свою очередь, может рассматривать данную систему как формальность, не уделяя должного внимания ее реализации. В результате, если не обеспечить постоянный контроль, поддержку и стимулирование сотрудников, уже достигнутые улучшения быстро теряют свою значимость.

При правильном применении, система 5S способна существенно повысить производительность труда, но для этого необходим системный подход, поддержка руководства и вовлечение сотрудников. Только при соблюдении этих условий система станет надежным инструментом устойчивого развития предприятия [8].

В последние годы в России наблюдается активное распространение системы 5S в различных отраслях промышленности, логистике и сфере услуг. Среди примеров успешного внедрения можно выделить несколько компаний [5] [6].

1. ПАО «Газпром».

В рамках своих производственных и сервисных подразделений «Газпром» активно внедряет элементы бережливого производства и систему 5S. В частности, на газоперекачивающих станциях и внутри газовых трубопроводных системах благодаря внедрению 5S удалось снизить время обслуживания оборудования примерно на 20%.

Например, в филиале «Газпром газомоторное топливо» в 2022 году после внедрения системы на газоперекачивающих станциях время проведения профилактических работ уменьшилось с 2 часов до 1,6 часов. Также отмечается снижение числа аварийных остановок на 12%, что повышает надежность работы оборудования.

2. ПАО «Сбербанк».

В офисных и IT-подразделениях Сбербанка внедрение системы 5S дало ощутимый эффект в организации рабочих мест и внутреннего документооборота. По данным пресс-службы банка, после оптимизации рабочих пространств время выполнения рутинных операций сократилось в среднем на 25-30%.

Например, в одном из департаментов было проведено реорганизация рабочих мест, которая снизила время поиска документов и информации

на от 10 минут до 3–4 минут — это примерно 60–70% сокращение времени на выполнение стандартных операций. В результате внутренний документооборот стал более быстрым и прозрачным, производительность сотрудников выросла примерно на 15%, а количество ошибок в отчетах сократилось на 25%.

3. Автомобильная промышленность.

Российские автопроизводители активно внедряют 5S для повышения качества и эффективности производственных линий. Так, на одном из крупных автозаводов АО «АвтоВАЗ», входящих в структуру российского автопрома, после внедрения системы было отмечено снижение времени переналадки оборудования с 45 минут до 30 минут, что составляет сокращение на 33%.

Также в результате реализации 5S уровень брака снизился с 2,5% до 1,2%, что почти в два раза уменьшило издержки, связанные с дефектами, и повысило качество продукции. В целом, по данным компании, внедрение системы в производстве позволило повысить производительность на 12–15% за первый год.

4. Логистические компании и склады.

Крупнейшие логистические операторы, такие как «Деловые Линии» и «ПЭК», используют 5S для упорядочивания хранения и перемещения товаров. В результате внедрения системы время обработки одного заказа снизилось с 45 минут до 36 минут - что на 20% ускоряет доставку.

Уровень ошибок при перемещении и хранении товаров снизился с 3% до 1,2%, что повышает качество обслуживания и уменьшает издержки.

Внедрение системы 5S не только улучшило количественные показатели, но и способствовало повешению качества работы, включая улучшение корпоративной культуры и рост мотивации сотрудников. Выросла активность персонала в совершенствовании рабочих процессов, что проявилось в увеличении количества инициатив и предложений по оптимизации. Одновременно улучшились условия труда, что привело к снижению текучести кадров в компаниях на 10-15%. Помимо этого, развитие культуры дисциплины и порядка способствовало укреплению командного духа и повышению уровня ответственности среди сотрудников.

Таким образом, система 5S является универсальным и эффективным способом для повышения производительности труда и организации рабочего пространства.

Когда компания последовательно внедряет данную методику, она начинает меньше терять времени и ресурсов, повышает качество продукции и делает труд безопаснее. Самое главное – это создает культуру, где по-

рядок и постоянное совершенствование становятся нормой. В российской практике система 5S получила широкое распространение и показала результат в различных сферах. Благодаря грамотному внедрению системы, компании не только повышают свою конкурентоспособность, но и лучше адаптируются к современным требованиям рынка.

Внедрение 5S является важным шагом на пути к устойчивому развитию предприятий и повышению эффективности бизнеса.

Список литературы:

1. Баранов В.А. Управление качеством и производственными процессами. – Москва: Экзамен, 2018. – 198 с.

2. Смирнова М.И. Практические аспекты применения системы 5С в российских компаниях // Современные методы управления производством. – Москва: Наука, 2022. – С. 112-125.

3. Козлова Е.Н. Внедрение системы 5С на промышленных предприятиях России // Менеджмент и технологии. 2020. Т. 12, № 3. С. 45-52.

4. Литвиненко И.Л. Инновационная система России: отечественная и зарубежная оценка // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. 2013. № 2 (14). С. 64-70.

5. Логистика и управление цепями поставок [Электронный ресурс]. – URL: <https://lscm.elpub.ru/jour/issue/view/4> (дата обращения: 20.05.2025).

6. Отчеты по бережливому производству (2021–2023) [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПАО «Газпром». – URL: <https://www.gazprom.ru/sustainability/operational-efficiency/lean> (дата обращения: 20.05.2025).

7. Система 5S [Электронный ресурс]. – URL: <https://beltop.ru/uploads/2021/bk/15.pdf> (дата обращения: 20.05.2025).

8. Японская система организации рабочего места 5S [Электронный ресурс] // HR-Portal. – URL: <https://hr-portal.ru/blog/kratkaya-istoriya-sistemy-5s> (дата обращения: 20.05.2025).

Штана А.В.
Научный руководитель: д.э.н., доцент Шихалиева Д.С.

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПЛЕКСА МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

THE MAIN STRATEGIES OF THE INTERNATIONAL MARKETING COMPLEX

ШТАНА Анастасия Владиславовна — студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: sht.anastasiya@mail.ru).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: shikhaliyeva.jannet@yandex.ru).

SHTANA Anastasiya Vladislavovna — the 4th Year Student at the Faculty of Economics, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: sht.anastasiya@mail.ru).

Research supervisor:

SHIKHALIYEVA Dzhanet Sergoevna — Doctor of Economics, Associate Professor, Professor at the Department of Economics and Management, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: shikhaliyeva.jannet@yandex.ru).

Аннотация: в статье рассматриваются основные стратегии комплекса международного маркетинга, которые помогают компаниям успешно адаптировать свои продукты и услуги к различным рынкам мира.

Ключевые слова: стратегия международного маркетинга, международный маркетинг, адаптация товара.

Abstract: the article discusses the main strategies of the international marketing complex that help companies successfully adapt their products and services to various markets around the world.

Keywords: international marketing strategy, international marketing, product adaptation.

В условиях растущей глобализации и интеграции мировой экономики предприятия все чаще рассматривают возможность выхода на зарубежные рынки [1]. Международный маркетинг стал крайне важным аспектом стратегического планирования для организаций, которые хотят расширить свое присутствие за пределами родной страны. Создание эффективной стратегии международного маркетинга помогает компаниям адаптировать свои товары, услуги и методы продвижения к различным культурным и экономическим условиям [2]. В данной статье анализируются основные стратегии международного маркетинга, их характерные черты, преимущества и недостатки.

Стратегия международного маркетинга – это система количественных и качественных показателей деятельности компании на внешнем рынке, а также процесс принятия решений, направляющий маркетинговые мероприятия на реализацию общей стратегии развития компании [3].

Для определения оптимальной стратегии компании необходимо оценить четыре ключевых аспекта:

1. Продукт – учитывая как его функциональные характеристики, так и восприятие бренда потребителями.
2. Рынок – включая его потенциал, покупательскую способность и уровень спроса.
3. Ресурсы – финансовые, временные и трудовые затраты, а также ожидаемая прибыльность.
4. Возможности компании – производственные мощности и технологическая база.

На рис. 1 показаны основные стратегии международного маркетинга.

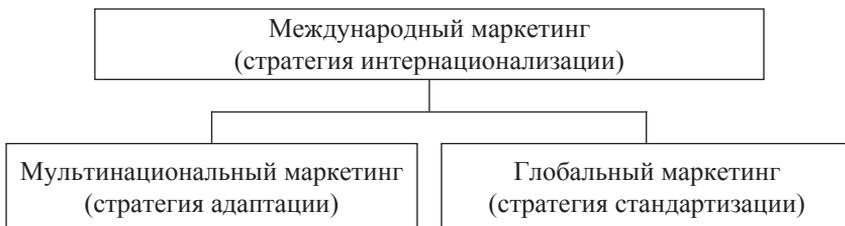


Рис. 1. Виды и стратегии международного маркетинга

Источник: Воронина К.А. Эволюция основных стратегий в международном маркетинге с учетом особенностей международной среды маркетинга // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №7. – С.208.

Современная стратегия интернационализации в международном маркетинге выражается в том, что производство товаров становится глобальным процессом. Вместо одной страны в создании продукта могут участвовать несколько государств, объединяя свои ресурсы, технологии и знания [1]. По мере увеличения числа стран-участниц товар постепенно утрачивает четкую национальную принадлежность [2]. Его уже нельзя однозначно связать с конкретной страной, поскольку в его разработке используются научные, технические и инженерные решения из разных уголков мира. В результате продукт приобретает интернациональный характер, отражая глобализацию современных производственных цепочек [4].

Преимущества стратегии интернационализации:

1. Доступ к новым рынкам и клиентам. Выход на международные рынки позволяет компаниям увеличивать объёмы продаж и диверсифицировать источники дохода. Это особенно важно в условиях насыщения локальных рынков, где рост становится ограниченным.
2. Доступ к инновациям и передовым технологиям. Совместная работа с зарубежными партнёрами открывает возможности для внедрения новых технологических решений, улучшения качества продукции и повышения эффективности производства.
3. Оптимизация затрат за счёт глобальных цепочек поставок. Размещение производства в странах с более выгодными условиями (дешёвая рабочая сила, льготное налогообложение) помогает снижать издержки и повышать конкурентоспособность.

Недостатки и риски интернационализации:

1. Высокие первоначальные затраты. Выход на новые рынки требует значительных инвестиций в маркетинг, логистику, адаптацию продукта и налаживание партнёрских связей.
2. Конкуренция с локальными игроками. Местные компании лучше знают предпочтения потребителей и могут предлагать более адаптированные решения, что усложняет завоевание доли рынка.
3. Культурные и социальные различия. Непонимание национальных традиций, законодательных норм и потребительских привычек может привести к маркетинговым провалам и репутационным рискам.

Несмотря на сложности, стратегия интернационализации остается мощным инструментом роста для компаний, готовых к глобальной экспансии. Успех зависит от тщательного анализа рынков, гибкости в управлении и способности адаптироваться к локальным особенностям [2]. Гра-

мотное сочетание глобальных и локальных подходов позволяет минимизировать риски и максимизировать прибыль.

Адаптационная стратегия в международном маркетинге предполагает корректировку деятельности компании в соответствии с особенностями зарубежных рынков. В этом случае бизнес ориентируется на специфику спроса, культурные традиции, нормы деловой практики и системы распределения в разных странах.

Адаптация продукта – это модификация товара с учетом требований и предпочтений локальной аудитории [3].

Ключевые преимущества стратегии:

1. Усиление рыночных позиций. Тщательная адаптация товарного предложения позволяет компаниям более эффективно удовлетворять потребности местных потребителей, что способствует укреплению конкурентных позиций.
2. Минимизация коммерческих рисков. Учет региональной специфики помогает избежать серьезных ошибок при продвижении продукции и снижает вероятность финансовых потерь.
3. Повышение лояльности клиентов. Персонализированные решения формируют устойчивые связи с целевой аудиторией, способствуя созданию долгосрочных отношений.

Недостатки и риски адаптации:

1. Увеличение операционных расходов. Необходимость разработки уникальных решений для каждого рынка приводит к значительному росту затрат на исследования и производство.
2. Усложнение управленческих процессов. Диверсификация продуктовых линеек требует создания сложных систем координации между различными подразделениями компании.
3. Ограниченный эффект масштаба. Отсутствие унификации снижает потенциальную экономию, достигаемую при массовом производстве стандартизированных товаров.

Адаптационная стратегия представляет собой компромисс между глобализацией и локализацией бизнес-процессов. Несмотря на существенные затраты, такой подход часто оказывается наиболее эффективным для компаний, ориентированных на долгосрочное присутствие на международных рынках. Ключевым фактором успеха становится тщательный анализ целевых аудиторий и разработка сбалансированных маркетинговых решений [2].

Стратегия стандартизации – это унифицированный маркетинговый подход, предполагающий использование единых методов продвижения

на международных рынках [5]. Ее ключевая цель – повышение эффективности глобальных маркетинговых операций за счет минимизации различий между странами.

Преимущества стратегии стандартизации в международном маркетинге:

1. Экономия ресурсов – сокращаются затраты на разработку отдельных маркетинговых кампаний для каждого рынка, так как используется единая стратегия.
2. Укрепление глобального имиджа бренда – поддержание единого стиля продвижения повышает узнаваемость компании в разных странах.
3. Упрощение управления – централизованный контроль над рекламой и позиционированием снижает сложность координации между филиалами.

Недостатки стратегии стандартизации:

1. Игнорирование локальных особенностей – универсальный подход может не учитывать культурные, правовые или потребительские различия, снижая спрос.
2. Риск потери гибкости – жесткая стандартизация мешает оперативно реагировать на изменения предпочтений в отдельных регионах.
3. Ограниченная применимость – не все товары подходят для глобального продвижения без адаптации (например, продукты питания или медикаменты).

В современных условиях глобализации компании, выходящие на международные рынки, должны тщательно выбирать стратегию маркетинга [2]. Интернационализация дает доступ к новым рынкам и технологиям, но требует больших затрат. Адаптация повышает лояльность клиентов, но увеличивает издержки. Стандартизация экономит ресурсы, но может не учитывать локальные особенности. Оптимальный подход – гибкое сочетание этих стратегий с учетом специфики продукта, рынка и возможностей компании. Успех зависит от глубокого анализа и адаптации к изменениям в мировой экономике.

Список литературы:

1. Карпова С.В. Международный маркетинг: учебник и практикум / С.В. Карпова. — 7-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2023. — 296 с.
2. Корнеев В.Ю., Литвиненко И.Л. Роль предприятий в формировании инновационной модели экономики России // Вестник Московского

государственного гуманитарно-экономического института. 2014. № 4(20). С. 65–74.

3. Тебекин А.В. Стратегический менеджмент: учебник для вузов. — М.: Изд-во Юрайт, 2024. — 333 с.

4. Воронина К.А. Эволюция основных стратегий в международном маркетинге с учетом особенностей международной среды маркетинга // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 7. С. 208.

5. Чжан Л. Разработка и реализация глобальной стратегии расширения международной компании: вызовы и возможности // Вестник науки. 2023. № 6 (63). С. 142-146.

Эврикова А.Г.
Научный руководитель: д.э.н., доцент Шихалиева Д.С.

КОМПЛЕКС МЕР ПО ФОРМИРОВАНИЮ СПРОСА И СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

A SET OF MEASURES TO GENERATE DEMAND AND STIMULATE SALES IN FOREIGN MARKETS

ЭВРИКОВА Анастасия Геннадьевна — студент 4 курса факультета экономики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: anastasiaevrikova7923@gmail.com).

Научный руководитель:

ШИХАЛИЕВА Джаннет Сергеевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

EVRIKOVA Anastasia Gennadiyevna — the 4th Year Student at the Faculty of Economics, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: anastasiaevrikova7923@gmail.com).

Research supervisor:

SHIKHALIYEVA Dzhanet Sergoevna — Doctor of Economics, Associate Professor, Professor at the Department of Economics and Management, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: shikhalieva.jannet@yandex.ru).

Аннотация: в статье рассматриваются особенности формирования спроса и стимулирования сбыта на зарубежных рынках в условиях глобализации и усиления конкуренции. Освещается стратегическая важность выхода на международную арену для предприятий, подчеркивается необходимость разработки специфических маркетинговых стратегий с учетом потребительских предпочтений, культурных особенностей и законодательных ограничений. Особое внимание уделяется инструментам стимулирования сбыта, включая рекламу, PR-кампании, стимулирование продаж, прямые продажи, CRM и онлайн-маркетинг, с акцентом на их адаптацию к специфике зарубежных рынков.

Ключевые слова: зарубежные рынки, международный маркетинг, формирование спроса, стимулирование сбыта, маркетинговая стратегия, потребительские предпочтения, культурные особенности, анализ рынка, позиционирование продукции.

Abstract: the article considers the characteristics of demand formation and marketing promotion in foreign markets under globalization and increased competition. Highlights the strategic importance of entering the international arena for enterprises, and emphasizes the need to develop specific marketing strategies that take into account consumer preferences, cultural characteristics and legislative constraints. Special attention is given to marketing promotion tools, including advertising, PR campaigns, sales promotion, direct sales, CRM and online marketing, with emphasis on their adaptation to the specifics of foreign markets.

Keywords: foreign markets, international marketing, demand generation, sales promotion, marketing strategy, consumer preferences, cultural characteristics, market analysis, product positioning.

В условиях глобализации и усиления конкуренции выход на зарубежные рынки становится стратегически важной задачей для многих предприятий [1]. Однако успех на международной арене зависит не только от качества продукции, но и от грамотно выстроенной маркетинговой стратегии.

Ключевым элементом этой стратегии является формирование спроса и стимулирование сбыта на новых рынках. Потребительские предпочтения, культурные особенности, конкуренция, законодательные ограничения и другие факторы, характерные для иностранных рынков, требуют от предприятий разработки и реализации специфических маркетинговых мероприятий.

Стимулирование сбыта на зарубежных рынках имеет свои особенности, которые отличают его от работы на внутреннем рынке [6]. Важно понимать и учитывать эти различия, чтобы достичь желаемых результатов и успешно продвигать продукцию на международном уровне.

Формирование спроса на зарубежных рынках предполагает создание положительного имиджа продукции и бренда, а также убеждение потенциальных потребителей в необходимости использования товара или услуги [2]. Формирование спроса на зарубежных рынках – это не одномоментный процесс, а целая последовательность действий, направленных на завоевание доверия и интереса потребителей к продукции компании [6]. Успешная реализация этих этапов является ключом к успеху на международном рынке.

Особенности стимулирования сбыта на зарубежных рынках

| Особенность | Описание | Пример |
|-----------------------------|---|---|
| Культурные различия | Культура каждой страны влияет на потребительские предпочтения, стиль жизни и поведение покупателей. | В Китае важно учитывать фестивали и традиции, а в США акцент часто делается на индивидуализме и практичности. |
| Языковые барьеры | Языковые различия могут препятствовать эффективной коммуникации с потребителями. | Необходимо переводить все маркетинговые материалы (рекламу, упаковку, инструкции, веб-сайты) на язык целевой аудитории, используя профессиональных переводчиков. |
| Законодательные ограничения | В каждой стране существуют свои законодательные ограничения в отношении рекламы, продаж и других аспектов маркетинга. | В Европе существуют строгие правила рекламы для табачных изделий и алкогольных напитков. |
| Конкурентная среда | Конкуренция на зарубежных рынках часто более жесткая, чем на внутреннем рынке. | Необходимо изучить конкурентов, их маркетинговые стратегии и предложения, чтобы разработать эффективные конкурентные преимущества для собственной продукции. |
| Логистика и доставка | Перевозка продукции на зарубежные рынки может быть сложной и дорогостоящей. | Необходимо выбрать надежного логистического партнера и оптимизировать процесс доставки, чтобы минимизировать затраты и обеспечить своевременную поставку продукции к покупателям. |

Источник: составлено автором.

К основным этапам формирования спроса на зарубежных рынках можно отнести следующие:

1. Исследование рынка – изучение конкурентного ландшафта, предпочтений покупателей, макроэкономических и политических факторов, а также выявление потенциальных рисков и перспектив.

2. Определение рыночной позиции товара – формирование уникального торгового предложения, четкое позиционирование бренда, выбор целевой группы потребителей и разработка эффективной коммуникационной стратегии.
3. Разработка маркетингового микса (продукция, цена, место продажи, продвижение).
4. Создание позитивного имиджа бренда (разработка стратегии PR и рекламы, развитие корпоративной культуры, взаимодействие с потребителями).
5. Контроль и оценка эффективности (мониторинг результатов маркетинговых мероприятий, анализ эффективности инструментов формирования спроса, внесение необходимых корректировок в маркетинговую стратегию).

Важно понимать, что формирование спроса – это постоянный процесс, требующий внимания и анализа. Необходимо постоянно исследовать рынок, адаптировать маркетинговую стратегию к изменяющимся условиям и вводить новые инструменты для достижения успеха [3].

Также, чтобы успешно продавать продукцию на международном рынке, компании используют различные инструменты стимулирования сбыта, которые направлены на привлечение внимания покупателей, убеждение их в преимуществах продукции и стимулирование покупок. Выбор инструментов зависит от характера продукции, особенностей целевого рынка и конкурентной среды [5].

Рассмотрим основные инструменты стимулирования сбыта на зарубежных рынках.

1. Реклама: целью рекламы является информирование потенциальных покупателей о продукции и ее преимуществах, необходимость убедить их в покупке товара или услуги.
К основным методам рекламы относятся:
 - Размещение рекламных объявлений в СМИ (телевидение, радио, печатные издания), онлайн-реклама (баннеры, контекстная реклама, социальные сети).
 - Создание рекламных роликов, информационных видео и другого визуального контента.
 - Использование различных форматов рекламы (например, видео, аудио, печать, онлайн-реклама) для максимально эффективного взаимодействия доступных каналов коммуникации с потребителями.
2. PR-кампании: целью PR является формирование положительного образа компании и ее продукции, укрепление доверия потребителей.

К основным методам PR-кампаний относятся:

- Публикация статей, пресс-релизов, участие в выставках и конференциях, организация мероприятий.
- Создание контента, который будет интересен целевой аудитории (например, блог, видеоканал, страницы в социальных сетях).
- Сотрудничество с лидерами мнений для повышения осведомленности о бренде и его продукции.

3. Стимулирование продаж: целью является повышение спроса на продукцию в краткосрочной перспективе.

К основным методам стимулирования продаж относятся:

- Скидки: снижение цены на продукцию на определенный процент или на фиксированную сумму.
- Акции: проведение специальных предложений с привлекательными условиями.
- Купоны: предоставление потребителям купонов на скидку при покупке продукции.
- Бонусные программы: накопление бонусных баллов за покупки и обмен их на скидки или товары.
- Конкурсы: проведение конкурсов с привлекательными призами для стимулирования покупателей.
- Предоставление бесплатных образцов продукции: это позволяет потребителям ознакомиться с продукцией и принять решение о покупке.

4. Прямые продажи: цель заключается в том, чтобы обеспечить прямой контакт с потенциальными клиентами и провести эффективную презентацию продукции.

К основным методам прямых продаж относятся:

- Личные продажи: привлечение специалистов, которые могут провести индивидуальную презентацию продукции и ответить на все вопросы клиента.
- Телемаркетинг: использование телефона для контакта с потенциальными клиентами и предложения продукции.
- Директ-маркетинг: использование прямой почты, email-рассылки, SMS-сообщений для продвижения продукции и предложений.

5. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM): цель заключается в том, чтобы создать долгосрочные и прочные отношения с клиентами, повысить их лояльность к бренду [4].

К основным методам CRM относятся:

- Программы лояльности: накопление бонусных баллов, предложение специальных скидок и предложений для постоянных клиентов.
 - Персонализация сервиса: предоставление индивидуального подхода к каждому клиенту, учет его потребностей и предпочтений.
 - Регулярные общения с клиентами: отправка информационных рассылок, поздравлений с праздниками, опросы мнения и др.
 - Использование систем CRM для отслеживания истории взаимодействия с клиентами и предоставления им персонализированного сервиса.
6. Онлайн-маркетинг: цель заключается в том, чтобы достичь целевой аудитории в онлайн-формате, продвигать продукцию и услуги в цифровом пространстве.

К основным методам онлайн-маркетинга относятся:

- SEO: оптимизация сайта под поисковую систему для повышения его видимости в результатах поиска.
- Контекстная реклама: размещение рекламных объявлений на сайтах и в поисковых системах, связанных с темой продукции.
- Социальные сети: создание страниц в социальных сетях, публикация интересного контента, взаимодействие с подписчиками.
- Контент-маркетинг: создание и распространение ценного и полезного контента (статьи, видео, инфографика) для привлечения и удержания целевой аудитории.
- Email-маркетинг: использование email-рассылок для информирования потребителей о новых продуктах, акциях и других важных новостях.

Таким образом, формирование спроса и стимулирование сбыта на зарубежных рынках являются сложными и многогранными процессами. Для достижения успеха необходимо разрабатывать комплексные маркетинговые стратегии, учитывая особенности целевого рынка, выбирая эффективные инструменты и методы и адаптируя их к конкретным условиям. Постоянный мониторинг и анализ результатов маркетинговых мероприятий позволяет оптимизировать стратегии и достичь желаемых результатов.

Список литературы:

1. Диденко Н.И., Скрипнюк Д.Ф. Международный маркетинг: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2024. – 409 с.

2. Инновационные технологии в маркетинге: учебник / под общ. ред. Н.Н. Никулиной. — Москва: Русайнс, 2024. — 426 с.

3. Маркетинг в новой реальности: монография / под науч. ред. В.В. Никишкина. — Москва: Русайнс, 2024. — 617 с.

4. Продвижение бренда в условиях нестабильного рынка: монография. — Москва: Русайнс, 2023. — 331 с.

5. Савинков С.В. Управление бренд-коммуникациями: учебник с практикумом. — Москва: КноРус, 2023. — 217 с.

6. Mindlin Yu.B., Litvinenko I.L., Zhangorazova Zh.S., Shichiyakh R.A., Veselova N.Yu., Petruk G.V. Formation and Development of Cluster Management in the Regional Economy of the Russian Federation // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Vol. 15. No. 13. Pp. 201–211.

УДК 159.922

ББК 88.41

Андросов Е.И.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Басангова Б.М.

**ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ ДЕТЕЙ
С РАССТРОЙСТВАМИ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА
В РОССИИ**

**PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS AND WAYS
TO SOLVE THE PROBLEM OF ENSURING THE PSYCHOLOGICAL
WELL-BEING OF CHILDREN WITH AUTISM SPECTRUM
DISORDERS IN RUSSIA**

АНДРОСОВ Егор Ильич — студент 3 курса факультета психологии, Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия (e-mail: sorenfox3@gmail.com).

Научный руководитель:

БАСАНГОВА Булгана Мазановна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и общей психологии, Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, г. Москва, Россия (e-mail: bbm1957@yandex.ru).

ANDROSOV Egor Ilyich — the 3rd Year Student at the Faculty of Psychology, Institute of International Law and Economics named after A.C. Griboyedov, Moscow, Russia (e-mail: sorenfox3@gmail.com).

Research supervisor:

BASANGOVA Bulgana Mazanovna — Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor at the Department of Pedagogy and General Psychology, Institute of International Law and Economics named after A.C. Griboyedov, Moscow, Russia (e-mail: bbm1957@yandex.ru).

Аннотация: актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа факторов, влияющих на психическое здоровье подрастающего поколения, в том числе и детей с аутизмом и рас-

стройством аутистического спектра, в современных социально-экономических условиях. В статье рассматриваются ключевые критерии психологического благополучия, даны комментарии к статистическим данным, анализируются основные детерминанты, а также предлагаются рекомендации по его укреплению.

Ключевые слова: дети, аутизм, расстройство аутистического спектра, психологическое благополучие, факторы, критерии благополучия, родители, школа, специалисты, рекомендации.

Abstract: the relevance of the study is determined by the need for a comprehensive analysis of factors affecting the mental health of the younger generation, including children with autism and autism spectrum disorder, in modern socio-economic conditions. The article examines the key criteria of psychological well-being, provides comments on statistical data, analyzes the main determinants, and offers recommendations for strengthening it.

Keywords: children, autism, autism spectrum disorder, psychological well-being, factors, criteria of well-being, parents, school, specialists, recommendations.

Психологическое благополучие детей представляет собой интегральный показатель, отражающий не только отсутствие психических расстройств, но и наличие позитивного эмоционального фона, успешной социализации и гармоничного развития. В российском контексте изучение данного феномена приобретает особую значимость в связи с отмечаемыми специалистами тревожными тенденциями: по данным Минздрава РФ (2023), за последнее десятилетие частота диагностики тревожных расстройств среди несовершеннолетних увеличилась на 40%, а депрессивных состояний - на 25% [4]. Говоря о особенностях психологического благополучия детей с расстройством аутистического спектра (РАС), надо отметить, что дети с РАС сталкиваются с уникальными вызовами в достижении психологического благополучия. Согласно исследованиям [1], ключевыми особенностями являются:

- Сенсорные трудности: 85% детей с РАС имеют повышенную или пониженную чувствительность к сенсорным стимулам (звук, свет, тактильные ощущения), что создает постоянный дискомфорт.
- Социальная коммуникация: 70% испытывают значительные трудности в понимании социальных сигналов и установлении контактов.
- Эмоциональная регуляция: частые эмоциональные срывы отмечаются у 60% детей младшего школьного возраста с РАС.

При этом только 35% детей с РАС в России получают адекватную психолого-педагогическую помощь, 45% родителей отмечают у своих детей

с РАС повышенный уровень тревожности, у 30% детей с аутизмом развиваются сопутствующие депрессивные состояния к подростковому возрасту [5]

Говоря о критериях психологического благополучия детей, нужно учитывать, что современная психология выделяет несколько взаимосвязанных компонентов психологического благополучия, имеющих как субъективные, так и объективные показатели [2], [4]:

Эмоциональное благополучие. Данный аспект включает: баланс положительных и отрицательных эмоций (соотношение 3:1 считается оптимальным), способность к эмоциональной саморегуляции, отсутствие клинически значимых симптомов тревоги и депрессии

При этом российские исследования [4] показывают: 25% школьников демонстрируют повышенный уровень тревожности (против 15% в 2015 году). Рост объясняется увеличением учебной нагрузки и социальным давлением. А 15% подростков имеют симптомы депрессии, причем у 5% они достигают клинического уровня. Особенно уязвимы дети из неполных семей (показатель в 2 раза выше).

Социальная адаптация. Тут ключевые индикаторы качество межличностных отношений, навыки конструктивного разрешения конфликтов, социальная включенность. Статистические данные показывают: 30% детей сталкивались с буллингом, при этом только 10% случаев регистрируются педагогами [3]. Это свидетельствует о недостаточной работе профилактических программ. 20% подростков испытывают трудности в общении, что коррелирует с ростом интернет-коммуникации в ущерб реальному взаимодействию.

Когнитивное развитие. Важными показателями являются уровень учебной мотивации, когнитивная гибкость, способность к концентрации внимания.

Анализ данных выявил: 40% учащихся испытывают хронический стресс из-за учебной нагрузки [6]. Особенно выражена проблема в выпускных классах, где показатель достигает 65%. А 10% детей имеют выраженные трудности в обучении, требующие специализированной помощи. При этом только 30% из них получают адекватную коррекционную поддержку.

Физическое здоровье. Психофизиологическая взаимосвязь проявляется в качестве сна, уровне физической активности, соматическом здоровье. Как показывает анализ результатов исследований (НМИЦ здоровья детей, 2023): 35% школьников имеют нарушения сна (в 2015 году - 20%). Рост связан с увеличением экранного времени. При этом 50% детей ве-

дут малоподвижный образ жизни (менее 1 часа физической активности в день), что превышает показатели ВОЗ для развитых стран.

Семейное благополучие. Критически важными факторами выступают стиль родительского воспитания, эмоциональный климат в семье, материальная обеспеченность. Социологические данные (Росстат, 2023) показывают, что 15% детей подвергаются психологическому насилию в семье. Примечательно, что в 60% случаев родители не осознают деструктивность своих действий. 30% семей испытывают значительные финансовые трудности, что создает хронический стресс у детей. В таких семьях показатели тревожности на 40% выше среднего.

Основными факторами влияния, ведущие к снижению психологического благополучия детей, являются:

Семейная среда. Современные исследования (Институт социологии РАН, 2023) выделяют авторитарный стиль воспитания (20% семей) - приводит к подавлению инициативы и повышению тревожности, а конфликты между родителями увеличивают риск эмоциональных расстройств у детей в 3 раза, финансовая нестабильность коррелирует с депрессивными симптомами.

Школьные факторы. Анализ данных показывает, что чрезмерная учебная нагрузка (40% стрессовых случаев) особенно опасна в пубертатный период, буллинг имеет долгосрочные последствия - у жертв в 2 раза выше риск развития тревожных расстройств во взрослом возрасте, качество отношений с учителями значимо влияет на учебную мотивацию [3].

Цифровая среда. Новые исследования свидетельствуют, что кибербуллинг затрагивает 18% подростков, причем 70% случаев остаются без вмешательства взрослых, интернет-зависимость (12% случаев) приводит к социальной дезадаптации, социальные сети формируют искаженную самооценку у 40% девочек-подростков [6].

Говоря о психологическом благополучии детей с РАС, надо отметить следующие факторы:

Дефицит специалистов: на 1000 детей с РАС приходится всего 2,5 специалиста (при норме 10), только 30% дефектологов и психологов владеют современными методами работы с аутизмом.

Региональная диспропорция: 80% ресурсов сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге, в малых городах 60% детей с РАС не получают никакой помощи

Школьная инклюзия: 70% педагогов не готовы работать с детьми с РАС, в 50% случаев инклюзия носит формальный характер.

При этом, существует ряд ключевых факторов, положительно влияющих на обеспечение психологического благополучия для детей с РАС:

играет роль ранняя диагностика и вмешательство. При начале коррекции до 3 лет положительная динамика наблюдается в 70% случаев (против 40% при поздней диагностике). В России средний возраст диагностики РАС - 4,5 года (в развитых странах - 2-3 года).

Приобретает важное значение инклюзивное образование. Дети с РАС, включенные в инклюзивные программы, на 40% лучше развивают социальные навыки, на 30% реже демонстрируют проблемное поведение. Однако только 15% российских школ готовы к качественной инклюзии детей с аутизмом. Нужно учесть такой фактор, как семейная поддержка. В семьях, где родители прошли обучение методикам работы с РАС, уровень стресса у детей снижается на 50%, на 35% улучшаются показатели коммуникации. Только 20% российских родителей имеют доступ к таким программам

Государство не остается в стороне. Есть определенные меры государственной поддержки: школьные психологические службы (охват 60% школ, но только 25% специалистов имеют достаточную квалификацию), телефоны доверия (300 тыс. обращений в год, эффективность - 65% случаев получают адекватную помощь), но антибуллинг-программы показывают эффективность лишь в 30% школ.

При этом можно сказать, что для детей с РАС эффективными моделями помощи стали: ресурсные классы (доказали эффективность в 80% случаев), широкое использование педагогами технологии Прикладной анализ поведения (АВА-терапия) - дает улучшения у 65% детей, сенсорных интеграционных терапий - снижают проблемное поведение на 40%.

На основании анализа приведенных данных можно предложить: развитие родительских образовательных программ, разработки системы оценивания для снижения стрессовой нагрузки, внедрения программ по цифровой гигиене. Создание федеральной программы раннего выявления РАС, увеличение количества специалистов по работе с аутизмом, развитие системы тьюторского сопровождения

Таким образом, обеспечение психологического благополучия детей в России требует системного межведомственного подхода, системных изменений. При должной поддержке и раннем вмешательстве 60-70% детей с аутизмом могут достичь значительного улучшения качества жизни и социальной адаптации. Необходима разработка национальной стратегии с учетом современных вызовов и лучших международных практик.

Список литературы:

1. Баенская Е.Р., Никольская О.С. Аутичный ребенок. Пути помощи. - Москва: Теревинф, 2008. – 288 с.
2. Леонтьев Д.А. Психология благополучия. - Москва: Смысл, 2020. – 526 с.
3. Министерство просвещения Российской Федерации. Анализ школьного стресса. - Москва, 2023. – 45 с.
4. Научно-исследовательский институт психического здоровья. Отчет по детской тревожности. - Москва, 2023. – 32 с.
5. ФГБНУ «Институт коррекционной педагогики РАО». Образование детей с расстройствами аутистического спектра в России. - Москва, 2023. – 68 с.
6. Научно-исследовательский институт психиатрии. Цифровая социализация подростков. - Москва, 2023. – 40 с.
7. Autism Speaks. Global Autism Public Health Initiative. - New York, 2022. – 120 p.
8. Keyes C.L.M. The mental health continuum: From languishing to flourishing in life // Journal of Health and Social Behavior. 2002. Vol. 43. P. 207-222.

УДК 159.9
ББК 88.94

*Кесарева А.С.
Научный руководитель: д.псих.н., доцент Котовская С.В.*

**ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ
СИТУАЦИЙ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТИ
И ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫХ ОРИЕНТАЦИЙ**

**PSYCHOLOGICAL CONSEQUENCES OF EMERGENCIES:
TRANSFORMATION OF PERSONALITY AND VALUE-MEANING
ORIENTATIONS**

КЕСАРЕВА Анна Сергеевна — студент 1 курса магистратуры факультета педагогики и психологии, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: kesarevaanna@yandex.ru).

Научный руководитель:

КОТОВСКАЯ Светлана Владимировна — доктор психологических наук, доцент кафедры педагогики и психологии, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: kotovskaya@rgust.ru).

KESAREVA Anna Sergeevna — the 1st Year Master's Student at the Faculty of Psychology and Pedagogy, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: kesarevaanna@yandex.ru).

Research supervisor:

KOTOVSKAYA Svetlana Vladimirovna — Doctor of Psychological Sciences, Associate Professor at the Department of Pedagogy and Psychology, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: kotovskaya@rgust.ru).

Аннотация: статья посвящена исследованию психологических последствий чрезвычайных ситуаций, включая трансформацию личности и ценностно-смысловых ориентаций. В условиях роста числа вооружённых конфликтов, природных и техногенных катастроф актуальным становится изучение воздействия экстремальных событий на психику человека. Авторы рассматривают чрезвычайные ситуации как факторы, вызывающие не только краткосрочные стрессовые реакции, но и дол-

госрочные изменения в когнитивной, эмоциональной и поведенческой сферах личности. Особое внимание уделяется посттравматическому стрессовому расстройству и личностным трансформациям, которые могут проявляться как в негативных (деформация ценностей, социальная изоляция), так и в позитивных аспектах (посттравматический рост, усиление самостоятельности).

Ключевые слова: чрезвычайные ситуации, посттравматическое стрессовое расстройство, личностные трансформации, ценностно-смысловые ориентации, групповая терапия, социальная адаптация.

Abstract: the article explores the psychological consequences of emergency situations, including the transformation of personality and value-meaning orientations. In the context of increasing numbers of armed conflicts, natural disasters, and technological accidents, the study of the impact of extreme events on the human psyche has become particularly relevant. The authors define emergency situations as factors that provoke not only short-term stress reactions but also long-term changes in the cognitive, emotional, and behavioral spheres of the individual. Special attention is given to post-traumatic stress disorder and personal transformations, which can manifest both in negative (deformation of values, social isolation) and positive aspects (post-traumatic growth, increased self-reliance).

Keywords: emergency situations, post-traumatic stress disorder, personal transformations, value-meaning orientations, group therapy, social adaptation.

Современный мир сталкивается с растущим числом чрезвычайных ситуаций, вызванных политической нестабильностью, вооруженными конфликтами, природными катастрофами и техногенными авариями. Эти события оказывают глубокое воздействие на психику человека, что делает актуальным изучение их психологических последствий. В условиях перманентной турбулентности возникает необходимость углубленного анализа не только социальных и экологических аспектов, но и внутренних процессов, происходящих в личности, которые формируют ее реакции на экстремальные условия.

А.Л. Журавлев указывает в перспективе интегративного изучения человека в различных жизненных ситуациях на важность исследования жизненных ценностей личности в единстве с окружающей действительностью и социальной ситуацией.

Катализатором изменений в ценностно-смысловой сфере становятся чрезвычайные ситуации, что требует комплексного подхода к изучению особенностей при построении реабилитационного процесса пострадав-

ших с учетом культурных и социальных факторов. В разных культурах существуют различные подходы к пониманию травмы и ее последствий, что требует адаптации методов воздействия к конкретным условиям ее применения. Важно учитывать роль семьи и ближайшего окружения в процессе восстановления, так как их поддержка значительно влияет на процесс реабилитации.

По мнению С.Л. Рубинштейна, человек является активным субъектом деятельности, который «...не растворяется в деятельности, а посредством нее решает сложные жизненные задачи и противоречия...», а не «застывшая биография» [10]. Отдельно С.Л. Рубинштейн обращает внимание на значимость ключевых, поворотных событий жизни на пути становления индивидуальности.

Чрезвычайная ситуация в психологии понимается как событие, выходящее за пределы обычного человеческого опыта и оказывающее значительное воздействие на психику. К ее ключевым характеристикам относятся:

1. Интенсивное воздействие, превышающее адаптационные возможности человека.
2. Субъективное восприятие ситуации как угрожающей и трудно-преодолимой.
3. Возникновение сложных психических состояний, требующих мобилизации внутренних ресурсов.
4. Нарушение психологической регуляции деятельности, ведущее к снижению её эффективности.
5. Столкновение с невозможностью реализации базовых потребностей, ценностей и мотивов.

Такие ситуации вызывают не только краткосрочные стрессовые реакции, но и долгосрочные изменения в личности, затрагивающие ее когнитивную, эмоциональную и поведенческую сферы.

Воздействие чрезвычайных ситуаций на психику человека определяется рядом факторов:

1. Интенсивность и продолжительность стрессового воздействия. Длительное пребывание в экстремальных условиях увеличивает риск развития стойких личностных изменений.
2. Специфика угрозы. Угроза жизни (прямая и опосредованная) различного генеза оказывает специфичное воздействие на психику и отражается на клинической картине психогений по закону триады К. Ясперса.
3. Особенности личности. Индивидуальные особенности влияют на восприятие чрезвычайных ситуаций, и как следствие, отражаются

на стрессоустойчивости, жизнеспособности, посттравматическом росте и т.д.

4. Социальная поддержка. Исследования пострадавших в чрезвычайных ситуациях указывают на наличие трудностей в поддержании социальных контактов несмотря на потребность во межличностном взаимодействии. Наличие референтной группы (семья, друзья) способной создать эмоциональную поддержку способствует снижению негативного воздействия событий катастрофического характера.

В научной литературе большое внимание уделяется последствиям посттравматического стрессового расстройства, выявляемый у 15% пострадавших. Полученный травмирующий опыт может иметь позитивные и негативные аспекты. С одной стороны, травмирующий опыт может привести к деформации ценностно-смысловых ориентаций, нарушению социальных связей и снижению качества жизни. С другой стороны, столкновение с экстремальными условиями может стимулировать личностный рост, углубление философского отношения к жизни, усиление самостоятельности и самоуважения [11], [25].

Ключевым последствием чрезвычайных ситуаций является изменение системы ценностей и смыслов. Травмирующий опыт позволяет переосмыслить такие фундаментальные понятия, как жизнь, смерть, семья, Родина и др. [18]. Любое переосмысление сопровождается экзистенциальным кризисом, распадом прежних идеалов, норм и представлений о мире, что провоцирует появление невротических защитных механизмов и дезадаптивных форм поведения.

У участников чрезвычайных ситуаций наблюдается чувство укороченной жизненной перспективы, снижение интереса к будущему и потеря веры в социальные роли [21]. Эти изменения затрагивают не только пострадавших, но и их близких, что определяет необходимость комплексного подхода к процессу реабилитации.

Ценностно-смысловые ориентации выполняют ряд важных функций в жизни человека:

1. Мотивационно-побудительная функция. Ценности определяют стремления, цели и направленность личности.
2. Смыслообразующая функция. Ценности придают жизни осмысленность, помогают человеку интерпретировать происходящие события.
3. Адаптационная функция. Ценности способствуют социальной реадaptации, помогают человеку восстановить или заново найти свое место в обществе.

4. Регулятивная функция. Ценности влияют на выбор стратегий поведения в разных ситуациях повседневной жизнедеятельности.

Особенно значимы ценностно-смысловые ориентации в контексте посттравматического восстановления, помогая человеку восстановить утраченные смыслы и адаптироваться к новым условиям жизни.

Эффективным методом работы с последствиями травмирующих событий является групповая поддержка, с использованием дебрифинга, когда участники имеют возможность разделить свой опыт с другими, пережившими схожие ситуации. Данный формат проведения воздействия позволяет преодолеть чувство изоляции, восстановить эмоциональную связь с окружающими и сформировать новый образ «Я» [23].

Таким образом, понимание механизмов личностных изменений и разработка комплексных методов реабилитации являются важными задачами современной психологии, направленными на улучшение качества жизни пострадавших и их успешную реадaptацию к мирной жизни.

В заключение можно сказать, что изучение психологических последствий чрезвычайных ситуаций является междисциплинарной задачей, требующей интеграции знаний из психологии, социологии, медицины и других наук. Только комплексный подход позволит разработать эффективные методы помощи пострадавшим и минимизировать негативные последствия травмирующих событий.

Список литературы:

1. Абульханова К.А. Диалектика человеческой жизни. М.: Наука, 1977. – 224 с.
2. Братусь Б.С. Аномалии личности. Москва, «Мысль», 1988. – 304 с.
3. Гордин А.И. Искусство мыслить: учеб.-метод. пособие: авт.- сост. А.И. Гордин. – Иркутск: Изд-во ФГБОУ ВПО «ВСГАО», 2014. – 312 с.
4. Калюжный А.С. Психология личности военнослужащего: Учебное пос. -Н.Новгород: НГТУ, 2004. – 38 с.
5. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения. В 2-х т. Т 2. М., 1983. – 392 с.
6. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е, испр. изд. — М.: Смысл, 2003. – 488 с.
7. Мерлин В.С. Структура личности: характер, способности, самосознание: учебное пособие к спецкурсу / В. С. Мерлин; Пермский гос. пед. ин-т, Уральское отд-ние О-ва психологов СССР при АН СССР. — Пермь: ПГПИ, 1990. – 107 с.

8. Пантелеева, В.В. Психология кризисных состояний личности: учеб. пособие / В. В. Пантелеева, О.И. Арбузенко. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2011. – 194 с.

9. Полонников А.А. Очерки истории психологии Беларуси: Теоретико-методологическое исследование – Минск: БГУ, 2011. – 259 с.

10. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 1999. – 781 с.

11. Сидоров П.И. Психическое здоровье ветеранов Афганской войны / П.И. Сидоров, С.В. Литвинцев, М.Ф. Лукманов; под ред. чл.-кор. РАМН, проф. П.И. Сидорова. — Архангельск: Изд. центр Арханг. гос. мед. акад., 1999. – 378 с.

12. Шамардина М.В. Методы и приемы психологической помощи участникам боевых действий: монография / Шамардина М.В., Ральникова И. А., Орлова О. А.; Алтайский государственный университет. – Барнаул: АлтГУ, 2023. – 156 с.

13. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание объяснение, понимание социальной реальности. — М. Добросвет, 2000. – 596 с.

14. Волочков А.А. Активность субъекта как фактор психического развития (гипотезы, модели, факты) // Психол. журн. 2003. Т. 24. N 3. С. 22-31.

15. Генгер М.А. Особенности личности военнослужащих, участвовавших в боевых действиях // Научно-информационный журнал «Армия и общество». — Учредители: Научно-исследовательский центр «Наука-XXI». 2013. № 1(47). С. 61-66.

16. Колов С.А. Взаимосвязь клинических симптомов в структуре психической патологии у участников боевых действий // Журнал неврологии и психиатрии. 2010. № 6. С. 20-23.

17. Лазебная Е.О. Психологические механизмы регуляции посттравматических стрессовых состояний у ветеранов боевых действий / Е.О. Лазебная, М.Е. Зеленова // Психологические проблемы семьи и личности в мегаполисе. 2007. С. 99-102.

18. Нугаева О.Г. Психологическая сущность и соотнесение понятий «ценности» и «ценностные ориентации» / О.Г. Нугаева, Ю.Е. Криводонова // Специальное образование. 2012. № 2. С. 120-128.

19. Падун М.А. Психическая травма и базисные когнитивные схемы личности / М.А. Падун, Н.В. Тарабрина // Московский психотерапевтический журнал. 2003. № 1. С. 121-140.

20. Сеницына Т.Ю. Особенности психологического состояния участников боевых действий и членов их семей. Типология основных моде-

лей поведения и реагирования участников боевых действий на стресс / Т.Ю. Сеницына, Н.А. Цветкова, В.В. Савеличева // Пособие для руководителей. – 215 с.

21. Зелянина А.Н. Динамика индивидуально-психологических особенностей ветеранов боевых действий с различным характером военной травмы: автореферат диссертации. — Москва: ИП РАН, издательство «Московский двор», 2013. – 25 с.

22. Стрельникова Ю.Ю. Психологические последствия участия в вооруженных конфликтах: На примере сотрудников органов внутренних дел: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата психологических наук: 19.00.04 / Санкт-Петербургский государственный университет. — Санкт-Петербург, 2005. – 384 с.

23. Бонкало Т.И. Посттравматическое стрессовое расстройство [Электронный ресурс]: дайджест / Т. И. Бонкало. – Электрон. текстовые дан. – М.: ГБУ «НИИОЗММ ДЗМ», 2023. – 30 с.

24. Орлова О.А. Индивидуально-психологические детерминанты личности мужчин-участников боевых действий / О.А. Орлова, М.В. Шармардина // Государство и право в эпоху глобальных перемен: материалы международной научно-практической конференции / под редакцией Д.Л. Проказина. — Барнаул: Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Барнаульский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации», 2022. № 1. С. 43-45.

25. Calhoun L.G., Tedeschi R.G. Facilitating posttraumatic growth: a clinician's guide. — Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1999. – 184 с.

26. Morris B.A. Multidimensional nature of posttraumatic growth in an Australian population / B.A. Morris, J. Shakespeare-Finch, M. Rieck, J. Newbery // Journal of Traumatic Stress. — 2005. 18 30 с.

27. Richard A. Kulka [et al.]; foreword by Alan Cranston. Trauma and the Vietnam War generation: report of findings from the National Vietnam veterans readjustment study. — New York: Brunner/Mazel, 1990. — 322 p.

28. Ермолаева А.В. Психологические особенности личности военнослужащего – участника боевых действий [Электронный ресурс] URL: https://psyjournals.ru/journals/psyedu/archive/2013_n1/59114 (дата обращения: 06.05.2025). 2013. Том 5. № 1. – 12 с.

УДК 316.628
ББК 60.542.15

*Аль-Батал И.М.
Научный руководитель: к.с.н., доцент Кулемина Л.Б.*

**МОТИВИРУЮЩИЕ И ДЕМОТИВИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ
СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ НА ПРИМЕРЕ
МОСКОВСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

**MOTIVATING AND DEMOTIVATING FACTORS
OF SOCIO-POLITICAL PARTICIPATION
ON THE EXAMPLE OF MOSCOW STUDENT YOUTH**

АЛЬ-БАТАЛ Искандар Махмудович — студент 3 курса факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: sashaja.ja@inbox.ru).

Научный руководитель:

КУЛЕМИНА Людмила Борисовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и медиакоммуникации, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: kulemina.lyudmila7@mail.ru).

AL-BATAL Iskandar Makhmudovich — the 3th Year Student at the Faculty of Sociology and Journalism, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: sasha-ja.ja@inbox.ru).

Research supervisor:

KULYOMINA Lyudmila Borisovna – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Media Communications, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: kulemina.lyudmila7@mail.ru).

Аннотация: *статья посвящена анализу мотивирующих и демотивирующих факторов, влияющих на социально-политическую активность студенческой молодежи Москвы. Основная цель исследования заключается в выявлении как положительных стимулов (например, альтруизм, стремление к общественному благу и гражданская ответственность),*

так и отрицательных установок (чувство бессилия, страх негативных санкций), препятствующих активному участию в жизни общества. Эмпирическая база исследования сформирована на основе анкетирования студентов различных вузов города, что позволило получить комплексное представление о мотивации и барьерах для участия в общественных процессах. Результаты работы указывают на необходимость создания условий для безопасного и поддерживающего участия молодежи в социально-политической жизни, а также на важность информационно-просветительских мер, способных повысить уверенность студентов в своих возможностях влиять на общество.

Ключевые слова: социально-политическая активность; студенческая молодежь; мотивирующие факторы; демотивирующие факторы; гражданская позиция.

Abstract: the article analyzes the motivating and demotivating factors that influence the socio-political participation of Moscow's student youth. The main objective of the study is to identify both the positive incentives (such as altruism, the desire for the common good, and civic responsibility) and the negative attitudes (a sense of powerlessness and the fear of negative repercussions) that inhibit active involvement in social processes. The empirical basis of the research was formed through surveys conducted among students from various Moscow higher education institutions, providing a comprehensive view of the drivers and barriers to civic engagement. The findings emphasize the need for creating safe and supportive conditions for youth participation in socio-political life as well as for implementing educational measures to boost students' confidence in their ability to make a difference.

Keywords: socio-political participation; student youth; motivating factors; demotivating factors; civic engagement.

В современном демократическом обществе активное участие граждан в политической жизни является залогом развития и прогресса страны [7]. Особенно исторически-заметной социальной группой, способной влиять на общественные процессы, является студенческая молодежь, принимавшая участие в большом количестве разнообразных исторических событий во множестве стран. Однако, несмотря на огромный потенциал, многие студенты Москвы остаются в тени политических событий, испытывая чувство бессилия и социальный пессимизм. Это контрастирует с теми примерами, когда студенты становились инициаторами положительных перемен и активными участниками общественных движений как в России, так и за ее пределами.

Настоящая статья посвящена анализу основных мотивирующих и демотивирующих факторов, влияющих на социально-политическую активность студенческой молодежи Москвы. Исследование опирается на эмпирические данные, полученные посредством анкетирования, где респонденты отвечали на вопросы, связанные с личными установками, опытом участия в общественных акциях, а также с уровнем доверия к возможностям принимать участие в социально-политических процессах. Такой подход позволил выявить как положительные, так и отрицательные аспекты, формирующие гражданскую позицию студентов.

Основная цель статьи – раскрыть некоторые факторы, способствующие или препятствующие участию молодежи в социально-политической жизни. На основе полученных данных рассматриваются вопросы мотивации, включая альтруистическую направленность, стремление к социальной справедливости и гражданской ответственности, а также демотивирующие моменты, такие как страх негативных санкций и убеждение в незначимости собственного голоса.

Таким образом, представленное исследование позволяет не только оценить текущее состояние политической активности среди студентов Москвы, но и выявить практические рекомендации для формирования более динамичной и осознанной молодежной политики. Введение в статью задает тон дальнейшему обсуждению, где акцент делается на необходимости преодоления существующих барьеров и создании условий для активного участия молодежи в жизни общества.

Научные исследования в области политической активности молодежи подчеркивают ее важность как для формирования гражданской идентичности, так и для устойчивости демократических процессов [7]. Например, Иванова В.П. и Лубский А.В. в своей работе «Молодежная политика и гражданское участие молодежи во Франции» указывают, что в развитых европейских странах молодежь рассматривается государством как социальная группа, которая может сделать свой вклад в развитие страны посредством привнесения различных положительных социальных преобразований [5], [10]. В работах отечественных и зарубежных ученых прослеживается тенденция к тому, что участие студентов в социально-политической деятельности обусловлено как личными убеждениями, так и социальными условиями. Авторы отмечают, что альтруизм и стремление к общественному благу часто сопутствуют инициативной гражданской позиции, в то время как страх перед негативными санкциями и ощущение бессилия становятся серьезными барьерами для активности. Так, Бесчасная А.А. в своей работе «Политические установки рожденных

в «Пост-СССР»: Политика глазами студентов» подтверждает этот тезис посредством результатов исследования, в ходе которого было выяснено, что большинство студентов интересуются политикой, при этом желают преобразований сугубо положительных общественных моментов – как, например, улучшения безопасности на улицах и улучшения жилищных условий, однако боятся участвовать в процессе из-за чувства политической незащищенности [3].

Основываясь на классических теориях политической мотивации, можно выделить два ключевых направления: идеалистическое стремление изменить общество и прагматическая оценка собственных возможностей. Так, Гирцберг считает, что нужны не просто цели, но и отсутствие барьеров. Литература демонстрирует, что исторический опыт студенчества как движущей силы социальных преобразований тесно переплетается с современными реалиями. Это позволяет не только лучше понять механизмы формирования гражданской позиции, но и выработать рекомендации для повышения вовлеченности молодежи в политическую жизнь.

Исследование проводилось среди студенческой молодежи Москвы с целью выявления мотивирующих и демотивирующих факторов их участия в политической жизни. В основе методики лежала разработанная автором анкета, включающая как закрытые, так и открытые вопросы, позволяющие оценить личные установки и социальный контекст. Выборка охватывала студентов различных вузов с возрастом от 17 до 26 лет. Такой подход обеспечивает комплексный анализ, позволяя сопоставить данные о мотивации, личном опыте и восприятии политической активности, а также определить основные барьеры для участия молодежи в общественных процессах.

Исследование, проведенное среди 51 студента различных вузов Москвы, выявило существенные различия в уровнях их социально-политической активности и отношении к участию в общественных процессах. Средний возраст респондентов составил 21 год (диапазон – от 17 до 26 лет), что говорит о преимущественно молодой выборке, в основе которой лежат как первокурсники, так и представители более зрелых курсов.

Например, вопрос о желании участвовать в социально-политических или волонтерских акциях показал, что менее половины опрошенных (примерно 41%) выражают готовность принимать участие в подобных мероприятиях. Остальные 59% либо не испытывают такого желания, либо ощущают, что их голос не имеет значения. В свою очередь, более 70% респондентов отметили знакомство с чувством бессилия и невозможно-

сти повлиять на ситуацию в обществе, что указывает на глубокий уровень социального пессимизма среди студентов.

Особое внимание уделялось анализу облака тегов, где участники указывали ассоциации с социально-политической активностью. Респонденты приводили как положительные (например, «волонтерство»), «активность», «осознанность»), так и негативные (такие как «скука», «бессмысленность», «страх»). Из анализа можно выделить, что слово «митинг» встречалось в почти каждом втором ответе, что свидетельствует о том, что именно митинги являются наиболее яркой формой ассоциации с политической активностью.

Также результаты опроса показали, что участие в традиционных формах гражданской активности достаточно низкое: только около 30% студентов принимали участие в выборах или голосованиях, направленных на улучшение городской среды. Еще один показатель – участие в благотворительной или волонтерской деятельности – оказалось еще ниже: свыше 60% опрошенных сообщили, что за последние три года они не участвовали в подобных инициативах. В то же время, лишь 19,5% студентов состояли в каких-либо зарегистрированных политических или социальных движениях, при этом все респонденты, указавшие на участие в движениях, чаще всего отмечали активность в рамках партии «Новые люди».

Немаловажным оказался и возрастной фактор: студенты в возрасте 21–22 года наиболее ярко демонстрируют как стремление к участию в социальных инициативах, так и высокую степень тревожности и страха перед негативными санкциями со стороны государства. Эти данные подчеркивают, что именно в данной возрастной группе наиболее заметны как внутренние противоречия, так и внешние барьеры, влияющие на готовность к активному участию.

Таким образом, результаты исследования свидетельствуют о том, что, несмотря на наличие позитивных мотивационных факторов, таких как альтруизм и гражданская сознательность, доминирующие демотивирующие установки – чувство бессилия и страх негативных последствий – существенно снижают общую активность студенческой молодежи в социально-политической сфере. Эти выводы дают основание для дальнейшего анализа и разработки рекомендаций по увеличению гражданской вовлеченности молодых людей в общественные процессы.

Полученные данные позволяют рассмотреть проблему социально-политической активности студенческой молодежи с разных сторон. С одной стороны, результаты подтверждают наличие у части респондентов гражданской сознательности и желания участвовать в общественных про-

цессах. Так, около 41% студентов готовы принимать участие в волонтерских и социальных инициативах, что свидетельствует о существовании мотивирующих факторов, таких как альтруизм, стремление изменить ситуацию к лучшему и ощущение ответственности за будущее страны. Эти результаты коррелируют с положительными ассоциациями, которые респонденты связывают с такими понятиями, как «активность», «осознанность» и «волонтерство».

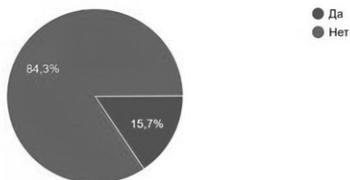
С другой стороны, преобладание чувств бессилия и пессимизма, выявленное у более чем 70% опрошенных, демонстрирует существенные барьеры для участия в социально-политической жизни. Большинство студентов воспринимают свои возможности влияния как ограниченные, что вкупе с негативным эмоциональным фоном, вызванным постоянным потоком новостей о санкциях и арестах, приводит к снижению активности. Отраженное в результатах опроса опасение перед негативными санкциями со стороны государства является ключевым демотивирующим фактором. На практике, минимальное количество респондентов столкнулось с какими-либо негативными санкциями со стороны государства за все время. Но даже если объективные случаи преследования встречаются редко, субъективное восприятие угрозы значительно подавляет инициативность.

Анализ облака тегов, где слово «митинг» встречалось практически в каждом втором ответе, указывает на то, что студенты в первую очередь ассоциируют политическую активность с массовыми демонстрациями, что может оказывать дополнительное давление и усиливать страх перед участием в подобных акциях. Более того, низкий процент участия в выборах и других традиционных формах гражданской активности свидетельствует о том, что даже если студенты осознают свою социальную роль, они все же не видят практической возможности изменить ситуацию через формальные институты.

Особую специфику демонстрирует возрастная группа 21–22 года, где наблюдается одновременно высокий уровень гражданской сознательности и выраженное чувство тревоги. Эти данные могут говорить о том, что студенты, находящиеся на пороге взрослой жизни, чувствуют острую потребность в переменах, но при этом из-за социального давления и негативного опыта, либо опосредованного через СМИ, предпочитают оставаться пассивными. Вспомним теорию подкреплений Скиннера – люди склонны повторять то, что дало положительный результат и не делать того, что уже дало отрицательный результат в их или чьем-либо еще исполнении. Молодежь, подпадающая под негативный опыт, раздутый

Столкнулись ли Вы с негативным санкциями от государства за Ваше участие в той или иной указанной выше деятельности?

51 ответ



Возникло ли у Вас чувство бессилия и невозможности изменить что-либо, что Вам не нравится в окружающей среде, социальной и т.п. обстановке?

51 ответ



Возможно ли, на Ваш взгляд, изменить что-либо к лучшему, принимая участие в законной социально-политической активности?

51 ответ



Рис. 1. Результаты опроса респондентов о социально-политической активности

Источник: составлено автором.

средствами массовой информации для охватов в соцсетях, естественно, теряет всяческое желание принимать участие в какой-либо социально-политической деятельности, опасаясь незаслуженного наказания, несмотря на то что с ним сталкивается минимум людей, и каждый подобный случай становится известным прецедентом.

Таким образом, обсуждение полученных результатов указывает на необходимость разработки комплексных мер по стимулированию активности студенческой молодежи. Рекомендуется не только информирование

и просвещение, направленное как на развенчание мифа о бесполезности голоса, так и на развенчание мифа о постоянной угрозе со стороны государства, «раздутого» СМИ и вселяющего страх и тревогу в молодежь. Важно так же и создание условий для безопасного и поддерживающего участия в общественных инициативах. Так, согласно книге «Узкий коридор» известных исследователей Аджемоглу и Робинсона узкий коридор общества к успеху государства лежит между страхом репрессий (как мы видим, активно раздуваемого СМИ) и анархией в отсутствие деятельности государства, следовательно, и общество, и государство должны работать на общее благо своей страны, уравновешивая друг друга. Важно, чтобы государственные и общественные структуры продемонстрировали реальную защиту прав активных граждан и минимизировали воздействие негативных информационных потоков, что в свою очередь могло бы способствовать формированию более активной гражданской позиции [7].

Исследование выявило, что значительная часть студенческой молодежи Москвы обладает базовой гражданской сознательностью, однако преобладают демотивирующие факторы, такие как чувство бессилия и страх негативных санкций. Лишь 41% респондентов выражают готовность участвовать в общественных инициативах, а более 70% испытывают пессимизм относительно возможности изменений через формальные институты. Особая уязвимость отмечается в возрастной группе 21–22 года, где одновременно фиксируется высокий уровень инициативности и тревоги.

В современном обществе участие граждан в политике — важный элемент устойчивой демократии, и студенческая молодежь играет здесь особую роль. Несмотря на исторически активную позицию студентов в разных странах, в Москве многие студенты остаются пассивными и пессимистично настроенными. Исследование, проведенное среди 51 студента разных вузов Москвы, анализирует мотивирующие и демотивирующие факторы политической активности.

Среди позитивных стимулов — альтруизм, стремление к справедливости и гражданская ответственность. Однако более 70% опрошенных сталкиваются с чувством бессилия и страхом санкций. Только 41% студентов выразили готовность участвовать в волонтерской или социальной деятельности, и менее 30% — в выборах. В движениях состоит менее 20%, преимущественно в партии «Новые люди».

Возрастная группа 21–22 года выделяется сочетанием высокой гражданской осознанности и тревожности. Многие студенты воспринимают политическую активность как участие в митингах — слово «митинг» ча-

сто упоминается в ассоциациях. При этом страх наказания, подкрепленный медиа, становится ключевым демотиватором, даже если реальные случаи санкций редки. Теории мотивации и подкрепления подтверждают: негативный опыт (или его ожидание) снижает готовность действовать.

Для повышения активности требуется не только информирование, но и создание безопасных условий для участия, а также поддержка со стороны государства и общественных структур. Молодежь в Москве осознает важность участия в политике, но их активность сдерживается страхом и ощущением беспомощности. Повышение вовлеченности возможно через просвещение, снижение тревожности и поддержку инициатив в безопасной среде.

Список литературы:

1. Абросимова В.В. Мотивация политической активности молодежи Юга России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. 2015. № 3. С. 45–50.
2. Антонова Н.Л., Абрамова С.Б. Право на город: мотивация социальной активности городской молодежи // Социологические исследования. 2021. № 5. С. 78–89.
3. Бесчасная А.А. Политические установки рожденных в «Пост-СССР»: Политика глазами студентов // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2018. № 4. С. 34–48.
4. Бирюлина Т.В. Мотивация и характер политического участия российской молодежи // Социс. 2014. № 8. С. 56–67.
5. Иванова В.П., Лубский А.В. Молодежная политика и гражданское участие молодежи во Франции // Политическая наука. 2022. № 1. С. 112–125.
6. Кивенко А.В., Чаннова В.С. Эффективность участия молодежи в политике // Власть. 2020. № 5. С. 23–30.
7. Киянова Л.Д., Литвиненко И.Л. Развитие системы образования как фактор становления национальной инновационной системы // Интеллектуальные ресурсы региональному развитию. 2014. № 1. С. 163–166.
8. Короченцева А.В. Представления студентов о внешнем облике политиков и отношение к ним // Политическая экспертиза. 2016. № 2. С. 45–56.
9. Логунова В.П. Повышение политического участия молодежи как фактор снижения уровня абсентизма посредством государственной политики // Политика и общество. 2021. № 7. С. 89–102.

10. Лубский А.В. Молодежная политика и гражданское участие молодежи в Германии // Политология. 2022. № 3. С. 67–80.
11. Петухов В.В. Демократия для всех. М.: ВЦИОМ, 2022. – 588 с.
12. Провалинский Д.И. Мотивация как элемент механизма реализации правовых стимулов // Журнал российского права. 2020. № 5. С. 45–58.
13. Топоркова Е.П. Анализ понятия «Мотивация» в контексте социального управления // Социальная политика и социология. 2019. № 2. С. 34–45.
14. Федорченко Л.В. Политика патриотического воспитания студентов в США и Китае // Высшее образование в России. 2021. № 6. С. 112–125.
15. Франкив К.Е. Некоторые вопросы социокультурной мотивации политического участия современной молодежи // Общественные науки. 2023. № 1. С. 78–90.

УДК 376.33
ББК 74.52

Посидайло С.В.

Научный руководитель: к.с.н., доцент Сёмочкина Н.Н.

**КЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ СОЦИАЛИЗАЦИИ
В ПРИМЕНЕНИИ К СОВРЕМЕННЫМ ФОРМАМ
КОММУНИКАЦИИ ПОДРОСТКОВ
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)**

**CLASSICAL THEORIES OF SOCIALIZATION
IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY COMMUNICATION
FORMS USED BY ADOLESCENTS WITH DISABILITIES**

ПОСИДАЙЛО Светлана Васильева — студент 1 курса магистратуры факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: svetlana.posidaylo@mail.ru).

Научный руководитель:

СЁМОЧКИНА Наталья Николаевна — кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социологии и медиакоммуникаций, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: n.semochkina@rgust.ru).

POSIDAILO Svetlana Vasilyeva — the 1st Year Master's Student at the Faculty of Sociology and Journalism, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: svetlana.posidaylo@mail.ru).

Research supervisor:

SYOMOCHKINA Natalia Nikolaevna — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Sociology and Media Communications, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: n.semochkina@rgust.ru).

Аннотация: в статье рассматривается, как классические теории социализации применимы к современным способам общения подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Социализация особенно важна для таких подростков, так как помогает им развиваться и адаптироваться в обществе.

Теории, такие как социальное научение, социокультурное развитие, символический интеракционизм и структурно-функциональный подход,

подчеркивают значимость взаимодействия с окружающими. Для подростков с ОВЗ ключевым становится развитие навыков общения.

Современные технологии — социальные сети, приложения, онлайн-платформы — открывают новые возможности для общения, особенно для тех, кому трудно взаимодействовать офлайн. Исследования показывают, что такие формы общения могут способствовать социализации, если учитывать индивидуальные особенности подростков и оказывать им поддержку.

Таким образом, сочетание классических теорий с новыми коммуникационными форматами помогает подросткам с ОВЗ лучше адаптироваться в обществе.

Ключевые слова: социализация; подростки с ограниченными возможностями здоровья; классические теории; коммуникация; современные формы коммуникации; социальные сети.

Abstract: the article examines how classical socialization theories are applicable to modern ways of communicating with adolescents with disabilities. Socialization is especially important for such teenagers, as it helps them develop and adapt to society.

Theories such as social learning, socio-cultural development, symbolic interactionism, and the structural and functional approach emphasize the importance of interacting with others. For teenagers with disabilities, the key is to develop communication skills.

Modern technologies — social networks, applications, online platforms — open up new opportunities for communication, especially for those who find it difficult to interact offline. Research shows that such forms of communication can contribute to socialization if we take into account the individual characteristics of adolescents and provide them with support.

Thus, the combination of classical theories with new communication formats helps adolescents with disabilities to better adapt to society.

Keywords: socialization; adolescents with disabilities; classical theories; communication; modern forms of communication; social networks.

Современные технологии общения — соцсети, мессенджеры, онлайн-платформы — играют важную роль в жизни подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Для них это может стать не просто способом общения, а реальным инструментом социализации, обучения и самовыражения.

Классические теории социализации — теория социального обучения, ролевая теория, теория социального воспитания — дают полезные ориентиры для анализа коммуникации подростков с ОВЗ. Они помогают по-

нять, как формируются социальные навыки, самооценка и способность к адаптации у таких подростков.

Цель статьи — показать, как можно применять эти теории к анализу общения подростков с ОВЗ в цифровую эпоху. Исследование направлено на изучение того, как подростки с ОВЗ используют современные средства связи, с какими трудностями сталкиваются, и что помогает им выстраивать эффективную коммуникацию — будь то поддержка семьи, друзей или специалистов.

Особое внимание уделено виртуальной среде, где у подростков с ОВЗ может быть больше свободы для взаимодействия. Вместе с тем рассматриваются риски и барьеры, связанные с цифровыми технологиями.

В целом, исследование показывает, что сочетание классических теорий социализации с анализом новых форм коммуникации позволяет глубже понять потребности подростков с ОВЗ и найти пути их успешной адаптации в обществе. Полученные выводы могут лечь в основу практических рекомендаций и программ поддержки.

Современные формы коммуникации — социальные сети, мессенджеры, онлайн-игры — становятся важным инструментом социализации подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Они позволяют таким подросткам общаться, учиться, находить поддержку и реализовывать себя даже при наличии ограничений в реальном общении. Для понимания этих процессов полезно обратиться к классическим теориям социализации.

Так, Эмиль Дюркгейм подчеркивал значение социальных норм и институтов, которые формируют личность и регулируют поведение. В его теории особое место занимает общество как ключевой фактор социализации. Герберт Мид обращал внимание на роль семьи, школы и других социальных институтов, через которые ребенок учится взаимодействию и усваивает социальный опыт. Чарлз Кули, автор символического интеракционизма, подчеркивал, что социализация строится через общение, язык и символы, с помощью которых человек формирует образ себя.

Эти теории позволяют по-разному взглянуть на процесс включения подростков с ОВЗ в общество. Например, идеи Дюркгейма помогают осмыслить влияние социальных норм и исключения, Мид — роль первичных групп, а Кули — значимость символического общения, особенно в онлайн-среде.

Интернет и цифровые технологии открывают новые каналы коммуникации: видеозвонки, переписка, онлайн-сообщества и обучающие платформы. Социальные сети стали средой, где подростки с ОВЗ могут

выстраивать дружеские связи, находить информацию, делиться переживаниями и получать поддержку [7]. Мобильные приложения, ориентированные на людей с особыми потребностями, упрощают общение, обучение и повседневную жизнь.

Тем не менее, использование цифровых средств требует учета особенностей подростков с ОВЗ — их когнитивных, сенсорных и эмоциональных потребностей. Также важно обеспечить безопасность и доступность этих средств, чтобы они действительно способствовали социальной адаптации, а не создавали новые барьеры.

Таким образом, сочетание классических теорий социализации с анализом новых цифровых форм общения помогает глубже понять, как подростки с ОВЗ адаптируются к современному обществу и какие условия необходимы для эффективной поддержки их социализации.

Социализация — это процесс, в ходе которого человек усваивает нормы и ценности общества через взаимодействие с окружающими. В условиях цифрового мира среда социализации меняется: подростки все чаще общаются, учатся и формируют представления о себе и мире через социальные сети, мессенджеры и блоги.

Классические теории социализации, несмотря на время своего появления, остаются актуальными. Например, Л.С. Выготский подчеркивал, что личность развивается через взаимодействие с другими людьми. Это особенно важно для подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), которым может быть сложно налаживать традиционные формы общения. Виртуальная коммуникация может компенсировать эти трудности, предоставляя гибкие и доступные каналы для социализации.

Теория символического интеракционизма Ч. Кули и Г. Мида помогает понять, как подростки воспринимают себя через призму общения с другими. В цифровой среде такая «обратная связь» особенно значима — комментарии, лайки, реакция подписчиков влияют на самооценку и поведение. Теория дифференциации также оказывается полезной: современные технологии позволяют подстраивать контент под индивидуальные потребности подростка, что важно для тех, у кого есть особенности развития.

С одной стороны, цифровая среда может усиливать социализацию, помогая подросткам с ОВЗ чувствовать себя частью сообщества, обмениваться опытом, развивать навыки общения и эмоционального интеллекта [7]. С другой стороны, важно учитывать риски — изоляцию, кибербуллинг, неконтролируемое потребление информации.

Практические рекомендации, основанные на этих теориях, включают:

- обучение подростков с ОВЗ правилам безопасности и этики онлайн-общения;
- развитие эмпатии и навыков конструктивной коммуникации в цифровой среде;
- использование мультимедийных и онлайн-платформ для обучения и социализации;
- создание доступных виртуальных образовательных и социальных сообществ.

Таким образом, применение классических теорий социализации к современным формам общения позволяет лучше понять, как подростки с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) включаются в общественную жизнь. Это дает возможность выработать эффективные подходы к их поддержке и социальной адаптации.

Один из таких подходов — медиаобразование. Важно вовлекать подростков с ОВЗ в обсуждение фильмов, сериалов, игр и других медийных продуктов, чтобы развивать их критическое мышление и учить анализировать информацию из разных источников. Также стоит поддерживать участие подростков с ОВЗ в культурных проектах, творческих клубах и мероприятиях, где они могут раскрыть свои способности, почувствовать себя частью коллектива и получить положительный опыт общения.

Подобные меры позволяют применять классические теории социализации на практике с учетом реалий цифровой эпохи. Это особенно важно для родителей, педагогов и специалистов, работающих с подростками с ОВЗ: только через осознанное и целенаправленное взаимодействие можно обеспечить полноценное развитие, обучение и участие таких подростков в жизни общества.

В рамках исследования были проанализированы классические теории социализации и их применение к современным формам коммуникации подростков с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Теория социального научения, акцентирующая внимание на значении наблюдения и подражания, особенно актуальна для формирования коммуникативных навыков у подростков с ОВЗ.

Исследование показало, что для эффективной социализации подростков с ОВЗ необходимо создавать поддерживающую среду, включая участие семьи, специалистов и сверстников. Важно также обеспечивать условия для активного включения таких подростков в общественную жизнь и стимулировать развитие их навыков общения.

Выводы подчеркивают необходимость адаптации классических теорий социализации к современным условиям и специфике подростков

с ОВЗ. Это позволяет разрабатывать более точные и действенные стратегии поддержки, способствующие их социальной интеграции и личностному развитию.

Таким образом, результаты подтверждают, что классические теории социализации остаются актуальными и могут быть эффективно использованы в анализе и практической работе с подростками с ОВЗ в условиях цифрового общества.

Список литературы:

1. Киричик Е.С. Роль интернет-среды в формировании личности подростков // Роль социально-гуманитарных дисциплин в формировании мировоззрения и профессиональной культуры будущего специалиста: сб. материалов межвуз. студен. науч.-практ. конф. (Брест, 21 нояб. 2019 г.) / Брест. гос. ун-т им. А.С. Пушкина; редкол.: Г.И. Займист, А.В. Климович. Брест: БрГУ, 2020. С. 151-155.

2. Кузнецов А.В. Влияние информационно-коммуникативной среды на формирование личности подростков // Молодой ученый. 2023. № 4(451). С. 342-343.

3. Леньков Р.В., Колосова О.А., Ковалева С.В. Социально-психологическая диагностика и прогнозирование протестного поведения молодежи в цифровой среде // Цифровая социология. 2021. Т. 4, № 1. С. 31-41.

4. Маль Г.С. Особенности личности детей с ограниченными возможностями здоровья // Коллекция гуманитарных исследований. 2020. № 2. С. 20-25.

5. Меренков А.В., Осипова Е.А., Шарф А.С. Психолого-педагогическое сопровождение семей детей с ограниченными возможностями здоровья в условиях реабилитационного центра // Перспективы науки и образования. 2019. № 6. С. 360-371.

6. Михайлова М.Ф. Особенности работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья // Проблемы науки. 2022. № 3(71). С. 51-62.

7. Профессиональная ориентация инвалидов в условиях многоуровневого образования: теория и практика / А.В. Герасимов, С.Н. Богатырева, Е.В. Воеводина [и др.]; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение инклюзивного высшего образования «Московский государственный гуманитарно-экономический университет». Москва: Экон-Информ, 2017. – 451 с.

8. Сорокоумова Г.В. Развитие коммуникативных компетенций и уверенности в себе детей и подростков с ОВЗ // Гуманизация образования. 2019. № 6. С. 99-108.

9. Уклеина А.Е., Мухортова С.А., Горбачёва Т.В., Пчелинцева С.В., Козельцева Н.П. Роль семьи в социализации детей с ограниченными возможностями здоровья // Национальная ассоциация ученых (НАУ). 2021. № 71. С. 41-42.

10. Фоминых Е.С. Контентные риски цифровой социализации обучающихся с ограниченными возможностями здоровья // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 6-3(93). С. 139-141.

11. Цыплакова С.А., Быстрова Н.В., Филатова Е.В. Социокультурная интеграция обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в инклюзивной образовательной среде // Проблемы современного педагогического образования. Н. Новгород, 2019. С. 292-295.

УДК 14
ББК 87.6

Ондар К.К.

Научный руководитель: к.ф.н, доцент Воронцов Е.А.

**ИДЕАЛИСТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО
СУЩЕСТВОВАНИЯ: ОБЗОР ОСНОВНЫХ ПОДХОДОВ**

**THE IDEALISTIC DIMENSION HUMAN EXISTENCE:
AN OVERVIEW OF THE MAIN APPROACHES**

ОНДАР Кайчимаа Кайдановна — студент 2 курса факультета социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: okaychim@mail.ru).

Научный руководитель:

ВОРОНЦОВ Евгений Алексеевич — кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и журналистики, ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», г. Москва, Россия (e-mail: evg-v@yandex.ru).

ONDAR Kaichimaa Kaidanovna — the 2nd Year Student at the Faculty of Sociology and Journalism, Russian State University of Social Technologies, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: okaychim@mail.ru).

Research supervisor:

VORONTSOV Evgeny Alekseevich — Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Journalism of the Russian State University of Social Technologies, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia (e-mail: evg-v@yandex.ru).

Аннотация: статья посвящена обзору базовых принципов идеалистической трактовки человеческого существования. Рассматриваются антропологические воззрения Платона, Августина, Фичино, Ясперса. Прослеживается идейная взаимосвязь указанных учений, акцентируется внимание на их рациональной составляющей.

Ключевые слова: идеализм, душа, человек, материя, экзистенция.

***Abstract:** the article is devoted to the review of the basic principles of the idealistic interpretation of human existence. The anthropological views of Plato, Augustine, Ficino, and Jaspers are considered. The ideological connection of these teachings is traced, attention is focused on their rational component.*

***Keywords:** idealism, soul, man, matter, existence.*

Представление о человеке как существе биосоциальном является в рамках современной культуры общепринятым. Но высшие проявления человеческого духа: мораль, право, свобода, саморефлексия — глубоко внешними факторами объяснены быть не могут. Редукционистские модели материалистического плана, этот факт игнорирующие, носят абстрактный характер и как таковые представляются неубедительными. Идеалистическое измерение человеческого существования открывает возможность для выработки более правдоподобных решений теоретических и экзистенциальных вопросов, в рамках материалистической модели ответов не имеющих.

Определяющий вклад в формирование идеалистического измерения человеческого существования был внесен древнегреческим философом Платоном. Идеализм представляет собой философскую позицию, в рамках которой мир совершенных форм и принципов (идей) обладает большей подлинностью и значимостью, чем мир физический, с его изъянами и непостоянством.

Важнейшая черта идеализма — представление несводимости сущего к физическому миру. Обосновывая данное положение, Платон приводит следующие доводы. Окружающие нас в действительности предметы существуют не изолированно, а распределяются по классам [1]. Идеи или формы для Платона были более реальными, чем сами предметы. Именно благодаря присутствию идей мир становится познаваемым. Согласно следующему доводу, существование несовершенного указывает на существование совершенного. Нарисованная (или материальная) окружность является искаженным отражением мыслимой (или идеальной). В отличие от материальной окружности, идеальная окружность своему определению соответствует: это совокупность точек, равноудаленных от фиксированной (точки).

Наряду с утверждением мира идей, Платон проводит четкое различие между душой и телом. В душе различаются разумное, волевое и страстное начала [1]. Разум ведет к познанию и ищет подлинного блага. Воля влечет к славе и первенству. Волевое начало — резервуар желаний. Тело рассматривается как темница души. Платон считает, что человек сам определяет, какое из начал будет в нем доминирующим.

Настаивая на несводимости души к телу, Платон видит в ней самостоятельную субстанцию, а также приводит ряд аргументов в пользу ее бессмертия. В первом аргументе, основанном на идее взаимоперехода противоположностей, говорится о постоянной смене явлений: распад предполагает синтез, охлаждение — нагревание. Платон полагал, что «противоположности возникают одна из другой, и переход этот обоюдный» [2]. Указанный принцип охватывает собой и соотношение жизни (душа в теле) и смерти (душа вне тела).

Во втором доводе говорится о том, что человек (хотя и не осознает этого) фактически постоянно опирается на идеальные представления об истине, добре и красоте. Однако в рамках нашего земного существования (т. е. через чувственный опыт) получить представление об идеальном невозможно. Следовательно, они были восприняты душой до ее воплощения [2].

В третьем аргументе Платон утверждает, что душа — сущность простая и, следовательно, разрушению подвергнуться не может [2]. Простоту души можно трактовать как постоянство нашего «Я», которое — в отличие от тела — на протяжении всего земного опыта воспринимается каждым нормальным человеком как нечто самотождественное.

В четвертом доводе указывает на способность души к самодвижению. Материальные объекты данной способностью не обладают. Поэтому в качестве оживляющего начала душа со смертью не совместима.

Греческая философия рассматривала человека как часть космоса. С приходом христианства такое понимание претерпело значительные изменения. В рамках новой картины мироздания, задаваемой Библией, человек мыслится, с одной стороны, как часть животного мира (Адам создан из «праха земного»), а, с другой, он рассматривался как единственное существо, носящее в себе образ Божий [3].

Определяющее влияние на формирование идеалистического представления о человеке в рамках средневековой философии оказало творчество Августина. Углубляя античную антропологию, Августин различал в человеке две составляющие: внешнюю и внутреннюю. Внешний человек — это телесная природа, подверженная изменениям и смерти, связанная с чувственными восприятиями и мирской суетой. Привязанность к внешнему миру ведет к страданиям. Внутренний человек — это интеллектуально-волевая составляющая человеческого существа. Он способен делать выбор, основываясь на моральных, личностных принципах. Августин подчеркивал: внешний человек «находится в услужении» у человека внутреннего [4].

Идеалистическое понимание человека остается доминирующим и в эпоху Возрождения. Эта тенденция наглядно проявляется в творчестве итальянского гуманиста Марсилио Фичино. Фичино различал в сущем пять относительно самостоятельных уровней: материя, тело, душа, ум (мир идей) и Единое.

Подчеркивая самобытность указанных уровней, Фичино рассматривает каждый из них сквозь призму следующих характеристик: время, место, движение, множество (число), форма. Материя, трактуемая как чистая возможность, лишена каких-либо качеств. Тело характеризуется пространственно-временными параметрами, способно к движению, состоит из множества взаимосвязанных частей, обладает формой. Душа обладает характеристиками времени, движения и множественности, но не ограничена местом. Мир идей, по мнению Фичино, будучи нематериальным, не зависит от хода времени и не имеет физических ограничений. Сохраняя свою идентичность, он проявляется в различных обликах и формах. Единое, как абсолютное начало всего сущего, не зависимо от данных категорий, но проявляется во множестве форм. Подчеркивая уникальное положение души, выступающей связующим звеном между высшими и низшими сферами, Фичино именуется ее «срединною сущностью» и «наибольшим чудом природы» [5] (таблица 1).

Таблица 1

М. Фичино. Виды сущего

| | материя | тело | душа | мир идей | Единое |
|-------------------|---------|------|------|----------|--------|
| время | – | + | +– | – | – |
| место | – | + | – | – | – |
| движение | – | + | + | + | – |
| множество (число) | – | + | + | + | – |
| форма | – | + | + | + | +– |

Источник: составлено автором.

Идеалистическое понимание человека находит своих приверженцев и среди мыслителей XX столетия, в целом отмеченного преобладанием умонастроений сциентистского и материалистического плана. Среди указанных мыслителей особое внимание заслуживает немецкий философ Карл Ясперс. Ясперс проводит различие между двумя различными трактовками человеческого существования. В первом случае человек мыс-

лится как часть мира объектов. Во втором случае человек миру объектов противопоставляется. Конкретизируя данную точку зрения, мыслитель различает в человеческой природе четыре различных уровня [6]. Первый, эмпирический уровень, характеризуется стремлением к удовлетворению базовых потребностей. На этом этапе человек воспринимает себя как стремящееся к самосохранению природное тело.

Второй уровень — уровень универсальных смыслов и регулятивных принципов, признаваемых всеми людьми как существами разумными. Речь идет об аксиоматических положениях формальных и естественных наук, а также права. Ясперс обозначает этот уровень как «сознание вообще», подразумевая независимость сферы объективных смыслов от субъективного опыта отдельных индивидов.

Третий уровень, уровень духа, предполагает отождествление себя с определенной культурой, религией, национальностью, государством и социальной группой.

Четвертый уровень — уровень экзистенции (свободы). В моменты пороговых ситуаций (вина, болезнь, смерть близких) человек осознает свою инородность миру объектов, а также несводимость собственного существа к ее природным, социальным и духовным проявлениям. «В любой момент, когда я делаю себя объектом, я сам одновременно есть нечто большее, чем этот объект, а именно существо, которое себя таким образом может объективировать» [7].

В заключение можно сказать, что вопреки распространенным стереотипам идеалистический подход к человеку не чуждается доводов рационалистического толка. В частности, этот подход признает в качестве необходимых такие методологические требования, как закон причинности и принцип недопустимости противоречия.

При этом идеализм не игнорирует материальную сторону человеческой природы, но считает, что эта сторона не является единственной. Согласно принципу причинности, сложные и высокие формы существования, такие как жизнь и разум, сами по себе возникнуть не могут.

Идеалистическая гипотеза также помогает понять, почему такие важные аспекты человеческого существования, как свобода, разум, мораль, право, не объяснимы посредством методологических принципов естественных наук. Высшие проявления человеческого духа требуют философского осмысления, выходящего за рамки материалистических подходов.

Список литературы:

1. Воронцов Е.А. Введение в античную философию: учебное пособие / Е. А. Воронцов — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. — 201 с.
2. Платон. Собрание сочинений: в 4 т. / [общ. ред. А.Ф. Loseva и др.; примеч. А.А. Тахо-Годи]. Т. 2 — М.: Мысль, 1993. — 528 с.
3. Майоров Г.Г. Формирование средневековой философии / Г.Г. Майоров — Москва: Мысль, 1979. — 423 с.
4. Августин А. Исповедь / А. Августин — СПб.: Мысль. 2013. — 379 с.
5. Кудрявцев О.Ф. Чаша Гермеса. Гуманистическая мысль эпохи Возрождения и герметическая традиция / О.Ф. Кудрявцев. — М.: Юристъ, 1996. — 336 с.
6. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс; [Вступ. ст. П. П. Гайденко]. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с.
7. Гайденко П.П. Прорыв к трансцендентному: Новая онтология XX в. / П.П. Гайденко. — М.: Республика, 1997. — 494 с.

УДК 81-2
ББК 43

Абдулаева С.М.
Научный руководитель: к.ф.н., доцент Шерифова Э.М.

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.
СТЕРЕОТИПЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА МЕЖКУЛЬТУРНУЮ
КОММУНИКАЦИЮ**

**LINGUISTIC AND CULTURAL STUDIES. STEREOTYPES
AND THEIR IMPACT ON INTERCULTURAL COMMUNICATION**

АБДУЛАЕВА Сумая Магомедовна — студент 2 курса факультета иностранных языков, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный Университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (recseb4@gmail.com).

Научный руководитель:

ШЕРИФОВА Эльвира Мамедовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (e-mail: elvira_sherifova@mail.ru).

ABDULAEVA Sumaya Magomedovna — the 2nd Year Student at the Faculty of Foreign Languages, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (recseb4@gmail.com).

Research supervisor:

SHERIFOVA Elvira Mamedovna — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (e-mail: elvira_sherifova@mail.ru).

Аннотация: в статье рассматриваются стереотипы как неотъемлемый элемент лингвокультурной картины мира, оказывающей значительное влияние на процессы межкультурной коммуникации. Автор анализирует природу, механизмы формирования и функционирования стереотипов, а также последствия их влияния на межкультурное взаимодействие. Подчёркивается необходимость развития интеркультурной компетентности как инструмента эффективной коммуникации в глоба-

лизированном мире. Делается вывод о двойственной роли стереотипов: с одной стороны, они выполняют функцию когнитивной упрощённости восприятия «чужого», с другой — могут стать источником коммуникативных сбоев и конфликтов. Работа основана на междисциплинарном подходе и обобщает современные исследования в области лингвокультурологии, социолингвистики и межкультурной психологии.

Ключевые слова: лингвокультурология, стереотип, межкультурная коммуникация, культурная идентичность, когнитивные схемы, коммуникативные барьеры, культурная компетентность.

Abstract: *the article considers stereotypes as an integral element of the linguistic and cultural picture of the world, which has a significant impact on the processes of intercultural communication. The author analyzes the nature, mechanisms of formation and functioning of stereotypes, as well as the consequences of their influence on intercultural interaction. The need to develop intercultural competence as a tool for effective communication in a globalized world is emphasized. The conclusion is made about the dual role of stereotypes: on the one hand, they perform the function of cognitive simplification of the perception of «alien», on the other hand, they can become a source of communicative failures and conflicts. The work is based on an interdisciplinary approach and summarizes modern research in the field of linguoculturology, sociolinguistics and intercultural psychology.*

Keywords: *linguoculturology, stereotype, intercultural communication, cultural identity, cognitive schemes, communication barriers, cultural competence.*

Стереотипы представляют собой устойчивые когнитивные структуры, формирующие восприятие человеком окружающего мира, особенно в контексте оценки представителей других культур. Будучи неотъемлемой частью ментального и языкового аппарата, стереотипы выполняют адаптивную функцию, позволяя упрощать и структурировать информацию. Однако в условиях межкультурного взаимодействия они приобретают особое значение, поскольку могут как способствовать пониманию, так и препятствовать ему. В лингвокультурологии стереотип трактуется как компонент коллективного языкового сознания, закрепляющийся в языковых формах и отражающий культурные установки, обычаи и мировоззрение определенного этноса [1].

Формирование стереотипов происходит в процессе социокультурной социализации личности, начиная с детства, под влиянием языка, национальной истории, художественной литературы, фольклора, медиа и систе-

мы образования. На протяжении жизни индивид усваивает устойчивые культурные модели, связанные как с собственной культурой, так и с образами «другого». Эти модели фиксируются в языке в виде устойчивых выражений, метафор, пословиц и даже грамматических конструкций, несущих ценностную окраску. Таким образом, язык становится хранилищем и транслятором стереотипов, одновременно формируя и закрепляя ментальные представления о мире.

Стереотипы выполняют в коммуникации двойственную роль. С одной стороны, они облегчают интерпретацию поведения собеседника, предоставляя готовые схемы оценки. С другой стороны, чрезмерная зависимость от стереотипов может приводить к искаженному восприятию, недопониманию, предвзятости и коммуникативным сбоям. Особенно ярко это проявляется в межкультурной коммуникации, где каждый участник интерпретирует поведение другого сквозь призму собственной культурной нормы [3]. Это вызывает так называемые «культурные шумы» — коммуникативные искажения, обусловленные разницей в ценностях, менталитете и лингвистических конвенциях. Одним из наиболее распространенных видов стереотипов являются этнокультурные, то есть представления о других нациях, формирующиеся на основе исторического опыта, геополитических отношений, литературных источников и личных наблюдений. Например, устойчивые выражения типа «the American dream» — «американская мечта» (идеалы свободы и равных возможностей для всех), «British stiff upper lip» — истинно английская выдержка и сдержанность, способность не поддаваться эмоциям, «Italian passion» — эстетический стиль, основанный на стереотипе о страстности, драматичности и стильности вещей итальянского происхождения, «Japanese efficiency» — это концепция, связанная с эффективностью, характерная для японской культуры, отражают не только восприятие, но и оценку, которая зачастую является упрощенной и необъективной. Языковая экспликация таких стереотипов закрепляется в лексике, фразеологии, идиомах, что делает их частью лингвокультурной нормы [2].

Стереотипы могут быть позитивными, нейтральными или негативными, при этом наибольшую опасность для межкультурного диалога представляют именно негативные стереотипы, поскольку они способствуют формированию предвзятых установок, приводят к усилению социальной дистанции и порождают недоверие. Например, убеждение в том, что определенная этническая группа склонна к агрессии или нечестности, может не только препятствовать эффективной коммуникации, но и спровоцировать межличностный конфликт. При этом важно отметить, что даже по-

зитивные стереотипы могут носить ограничивающий характер, лишая индивидуальных черт и навешивая «ярлыки», пусть и с благожелательным подтекстом.

Лингвистическая репрезентация стереотипов проявляется в устойчивых речевых формулах, образных средствах, культурных концептах и национально-специфических метафорах. Так, в русском языке распространены выражения типа «работает как немец» – «works like a German», «говорит, как англичанин» – «speaks like an Englishman», «поступает по-японски» – «acts in a Japanese way». Эти фразы не просто обозначают культурную принадлежность, но и закрепляют в сознании устойчивые этнические стереотипы, становясь частью языковой картины мира. Подобные клише формируют определенные ожидания от представителей разных народов, влияя на восприятие в межкультурном общении.

Межкультурная коммуникация, как процесс взаимодействия между носителями различных традиций и ценностей, подвергается значительному влиянию стереотипов, особенно в ситуациях межэтнического контакта, международного бизнеса, дипломатии и миграционных процессов. Отсутствие осознания наличия стереотипов может привести к интерпретационным ошибкам, нарушению этикета, неверной оценке коммуникативного намерения собеседника и, как следствие, к снижению эффективности общения. В этой связи особую значимость приобретает понятие интеркультурной компетентности — способности эффективно и этически взаимодействовать с людьми, принадлежащими к иным культурам. Интеркультурная компетентность предполагает осознание собственных стереотипов, умение их распознавать, критически переосмысливать и заменять более гибкими и эмпатийными моделями восприятия. Она также включает знание культурных особенностей партнера по коммуникации, понимание контекста и владение социокультурными нормами поведения [6].

Средствами формирования интеркультурной компетентности являются образование, билингвизм, межкультурные тренинги, участие в программах академической мобильности, проживание за границей, профессиональное взаимодействие в многонациональных коллективах. Все это способствует деконструкции упрощенных представлений о других культурах, развитию толерантности и способности к рефлексии в отношении собственных ментальных установок. Медиа также играют важную роль в формировании и трансформации стереотипов. Современные массмедиа способны как укреплять негативные установки, репрезентируя культуру через сенсации, конфликты и односторонние нарративы, так и способствовать разви-

тию межкультурного понимания путем демонстрации позитивного опыта взаимодействия, межнационального сотрудничества и диалога. Кинематограф, литература, журналистика, блогосфера становятся ареной борьбы за интерпретацию образа «чужого», и от их позиции зависит формирование общественного мнения. Научное осмысление стереотипов в лингвокультурологическом дискурсе позволяет выявить их сложную природу, противоречивые функции и неоднозначное влияние на коммуникационные процессы. С одной стороны, они выступают в качестве культурных кодов, обеспечивающих преемственность и устойчивость коммуникации внутри культуры. С другой стороны, при перенесении этих кодов на другую культурную среду возникает риск непонимания и коммуникативной неудачи. Таким образом, успешное межкультурное взаимодействие невозможно без осознания, анализа и нейтрализации действия стереотипов [4].

В заключение, следует отметить, что стереотипы являются неизбежным и, в определенной степени, необходимым элементом когнитивной структуры человека. Однако в контексте межкультурной коммуникации их роль должна подвергаться постоянной рефлексии и критическому осмыслению. Лингвокультурология как научная дисциплина предоставляет необходимые теоретические и прикладные инструменты для анализа этого феномена, способствуя развитию более осознанного и продуктивного межкультурного диалога. В условиях глобализации и интенсивного культурного обмена такая задача приобретает не только академическое, но и практическое значение, оказывая прямое влияние на качество человеческих отношений в мультикультурном мире [5].

Список литературы:

1. Кондратьева И.В. Стереотипы в межкультурной коммуникации: лингвистические аспекты // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. № 7(109). С. 90-94.
2. Лазарева И.А. Межкультурная коммуникация и национально-культурные стереотипы: современные подходы // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2021. № 74. С. 56-68.
3. Тюрина Е.В. Лингвокультурная компетенция как основа эффективной межкультурной коммуникации // Наука и мировоззрение. 2025. №38. С. 1-6.
4. Byram M., Wagner M. Making a Difference: Language Teaching for Intercultural and International Dialogue // Foreign Language Annals. 2018. Vol. 51, No. 1. P. 140-151.

5. Dervin F. Interculturality in Education: A Theoretical and Methodological Toolbox. London: Palgrave Macmillan, 2020. – 263 p.

6. Holliday A. Understanding Intercultural Communication: Negotiating a Grammar of Culture. 2nd ed. New York: Routledge, 2018. – 230 p.

УДК 81'373
ББК 81.053.6

Ибрагимова А.И.
Научный руководитель: к.ф.н., Бижитиева М.П.

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ
С ЭЛЕМЕНТОМ-ФИТОНИМОМ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
НА РУССКИЙ**

**FEATURES OF THE TRANSLATION OF PHRASEOLOGICAL
UNITS WITH A PHYTONYM ELEMENT FROM ENGLISH
INTO RUSSIAN**

ИБРАГИМОВА Айшат Ибрагимовна — студент 3 курса факультета иностранных языков, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (e-mail: ibragimovaa377@gmail.com).

Научный руководитель:

БИЖИТУЕВА Мариян Пастаминовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (e-mail: mariyan.87@mail.ru).

IBRAGIMOVA Aishat Ibragimovna — the 3rd Year Student at the Faculty of Foreign Languages, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (e-mail: ibragimovaa377@gmail.com).

Research supervisor:

BIZHITUEVA Mariyan Pastaminovna — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (e-mail: mariyan.87@mail.ru).

Аннотация: статья посвящена фразеологизмам как важной части лексической системы языка. Устойчивые выражения с переносным значением отражают не только семантику и синтаксис, но и культурно-исторический контекст. Рассматриваются типы фразеологизмов, их функции в речи, стилистическая роль, когнитивные особенности и сопоставление с аналогичными единицами в других языках.

Ключевые слова: фразеологизм, устойчивые выражения, лексикология, семантика, синтаксис, культура, стилистика, когнитивная лингвистика, языковая система, сравнительное исследование.

Abstract: the article is devoted to phraseological units as an important part of the lexical system of the language. Stable expressions with a figurative meaning reflect not only semantics and syntax, but also the cultural and historical context. The types of phraseological units, their functions in speech, stylistic role, cognitive features and comparison with similar units in other languages are considered.

Keywords: phraseology, stable expressions, lexicology, semantics, syntax, culture, stylistics, cognitive linguistics, language system, comparative research.

Фразеологизмы играют значительную роль в структуре любого языка, обогащая речь выразительностью и метафоричностью. Эти устойчивые обороты не только передают тонкие оттенки мысли и эмоций, но и служат отражением национального менталитета, связывая язык с культурными традициями народа.

Под фразеологизмом понимается устойчивое словосочетание, значение которого не выводится из прямых смыслов его компонентов. Так, выражение «бить баклуши» утратило связь с первоначальными значениями слов и приобрело самостоятельный, недословный смысл. Структура и семантика фразеологизмов варьируются от простых до более сложных форм.

Фразеология как область языкознания исследует систему устойчивых выражений в синхронном и диахронном аспектах, выявляя их связи с лексикой, словообразованием и грамматикой. Комплексное изучение фразеологизмов позволяет глубже понять природу лексических значений, особенности сочетаемости слов, происхождение и функционирование языковых единиц, а также их влияние на орфографию, стиль и выразительность художественного текста. Поскольку фразеологизмы образуют сложную систему взаимосвязей, их исследование требует многогранного подхода [5, с. 45].

Фразеологизмы поддаются классификации по разным основаниям. Один из базовых подходов — разграничение выражений по степени переносности значения: полностью переосмысленные обороты (например, метафорические и метонимические) и частично переосмысленные, к которым относятся идиомы и иные устойчивые словосочетания.

Также существует классификация по функциональному назначению фразеологизмов. В зависимости от их роли в высказывании они делятся на экспрессивные, оценочные, эмотивные, идиоматические, метафори-

ческие, притяжательные и сравнительные. Ниже приведены некоторые из них:

- Экспрессивные выражения усиливают выразительность речи, делают её яркой и образной. Они активно используются как в литературе, так и в повседневной речи. Примеры: «свет в окошке», «медленно, но верно», «дойти до ручки».
- Оценочные фразеологизмы выражают субъективную оценку явлений или действий, отражая отношение говорящего — от одобрения до критики. Примеры: «золотая середина» (положительно), «вбивать клин» (негативно).
- Эмотивные обороты передают эмоциональное состояние или отношение говорящего. Они придают речи личную окраску. Примеры: «как слон в посудной лавке», «душа нараспашку».
- Сравнительные конструкции используются для подчёркивания сходства между объектами или явлениями. Примеры: «как рыба в воде», «как две капли воды».

Такая классификация позволяет глубже понять функциональные особенности фразеологизмов и их роль в создании выразительной, насыщенной речи.

Фразеологизм имеет свою семантику, грамматику и законы употребления в речи [3, с. 214]. Фразеологические единицы выполняют в языке множество функций. Они обогащают речь, делают её более выразительной и эмоционально насыщенной. Кроме того, использование фразеологизмов способствует созданию образности и конкретности в высказывании. В научной и деловой речи фразеологические единицы могут использоваться для упрощения сложных понятий и формулировок. А.В. Кунин утверждает, что «фразеологические единицы — это устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным понятием» [1, с. 89]. А.И. Смирницкий считал, что «фразеологические единицы — это семантически целостные образования, и их семантическая целостность основана на идиоматичности» [3, с. 145]. Л.Л. Нелюбин также считает, что фразеологические единицы — это «совокупности слов, т.е. отдельно образованные выражения с полностью или частично переосмысленными компонентами» [2, с. 240]. В последние десятилетия фразеология стала объектом изучения в рамках когнитивной лингвистики. Исследования показывают, что фразеологические единицы отражают способы мышления и восприятия мира носителями языка. Они могут служить индикаторами культурных и социологических характеристик, выражая национальные стереотипы и коллективный опыт.

Таким образом, фразеологизмы представляют собой важнейший элемент языковой системы, отражающий не только ее структурные особенности, но и ментальность носителей языка. Их исследование способствует более глубокому осмыслению лексических, стилистических и когнитивных аспектов языка. Знание и понимание фразеологических единиц обогащает лингвистическую картину мира, позволяя рассматривать язык как живой, развивающийся организм, тесно связанный с культурой и мышлением народа.

Список литературы:

1. Кунин А.В. Английская фразеология (теоретический курс). – Москва: Высшая школа, 1970. – 315 с.
2. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. – Москва: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
3. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. – Москва: Издательство Московского государственного университета, 1998. – 260 с.
4. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация (виды наименований) / отв. ред. Б.А. Серебренников. – Москва: Наука, 1977. – С. 89–125.
5. Глотова Т.А., Бекоева М.Т., Цакалиди Т.Г. Теория общей фразеологии: учебное пособие [Электронный ресурс]. – URL: https://media.nosu.ru/2020/12/m.-t.-bekoeva_sbornik-po-obshh_frazeologii.pf (дата обращения: 27.03.2025).

УДК 81'373
ББК 81.056.6

Тагирова Х.И.
Научный руководитель: к.ф.н., Бижитueva М.П.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ

THE SPECIFICS OF TRANSLATING THE HEADLINES OF ENGLISH AND AMERICAN NEWSPAPERS

ТАГИРОВА Хансат Исмаиловна — студент 3 курса факультета иностранных языков, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (e-mail: kh.tagirova@mail.ru).

Научный руководитель:

БИЖИТУЕВА Мариян Пастаминовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства», г. Махачкала, Россия (mariyan.87@mail.ru).

TAGIROVA Khapsat Ismailovna — the 3rd Year Student at the Faculty of Foreign Languages, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (e-mail: kh.tagirova@mail.ru).

Research supervisor:

BIZHITUEVA Marian Pastaminovna — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia (e-mail: mariyan.87@mail.ru).

Аннотация: *статья посвящена изучению специфики перевода заголовков английских и американских газет на русский язык. Рассматриваются особенности языковых средств, стилистические и культурные аспекты, влияющие на процесс перевода. Анализируются примеры из реальных газетных публикаций, подчеркивается важность сохранения эмоциональной окраски и информационной насыщенности оригинала.*

Ключевые слова: *перевод заголовков, газетные заголовки, английские газеты, американские газеты, стилистика перевода, культурные особенности перевода.*

Abstract: *the article is devoted to the study of the specifics of translating the headlines of English and American newspapers into Russian. The features of linguistic means, stylistic and cultural aspects affecting the translation process are considered. Examples from real newspaper publications are analyzed, and the importance of preserving the emotional coloring and information saturation of the original is emphasized.*

Keywords: *translation of headlines, newspaper headlines, English newspapers, American newspapers, translation style, cultural features of translation.*

Газетный заголовок — важный элемент публицистики, выполняющий информативную и эмоциональную функции. Перевод заголовков с английского на русский — сложная задача из-за различий в языке, культуре и восприятии читателей. Особое внимание требует перевод заголовков англоязычных газет, так как они часто яркие, лаконичные и образные.

Заголовки английских и американских газет используют разнообразные языковые средства — метафоры, аллегории, каламбуры и игру слов. Это помогает быстро передать суть новости и вызвать эмоции у читателя. При этом такие приемы делают перевод особенно трудным, требуя не просто точной передачи смысла, а творческого подхода и глубокого знания культур обеих стран.

Англоязычные заголовки часто содержат аллюзии на культуру, политику, историю и литературу, что делает их выразительными и многослойными. Переводчик должен не только распознавать эти отсылки, но и находить понятные русскоязычной аудитории эквиваленты. Важную роль играют идиоматические выражения, которые сложно переводить дословно, поэтому требуется подбор функциональных аналогов, передающих тот же смысл и эмоции.

В заголовках часто используются эвфемизмы и гиперболы — для привлечения внимания, смягчения неприятных тем или усиления драматизма. Гипербола создает эффект сенсации и усиливает эмоциональное восприятие новости. Также широко применяются эллипсис — пропуск слов для лаконичности, что усложняет перевод. Переводчик должен либо восстановить опущенные элементы, либо найти краткие конструкции, сохраняющие энергетику оригинала.

В англоязычных газетных заголовках часто встречаются аббревиатуры, сокращения и акронимы, которые экономят место и делают текст ярче. При переводе важно учитывать, что многие из них могут быть непонятны русскоязычной аудитории без пояснений.

Эмоционально окрашенные слова, жаргон и сленг придают заголовкам живость и актуальность, но их сложно переводить из-за отсутствия прямых эквивалентов, и неверный выбор может исказить смысл.

Антитезы, контрастные и параллельные конструкции усиливают драматизм и внимание к ключевым событиям, делая заголовки запоминающимися и эмоциональными. Переводчик должен сохранить эти стилистические особенности, чтобы сохранить выразительность и влияние текста на читателя.

Газетные заголовки часто используют риторические вопросы, олицетворения, императивы и восклицания, что делает их эмоционально выразительными и вовлекает читателя. Риторические вопросы привлекают внимание и вызывают размышления, а императивы побуждают к действию или формированию мнения.

Журналистское языковое творчество — неологизмы и авторские новообразования — требуют от переводчика творческого подхода, чтобы передать смысл и эмоциональную окраску оригинала понятными и яркими аналогами.

В заголовках часто встречаются прямые цитаты известных людей, которые повышают достоверность и значимость новости. Такие цитаты требуют точного и аккуратного перевода, поскольку малейшая ошибка может изменить восприятие заголовка русскоязычной аудиторией.

Использование цифр, статистики, конкретных фактов или результатов исследований также является важным приемом, который придает заголовку убедительность и конкретность, позволяя читателям сразу же оценить значимость сообщаемой информации. Перевод таких элементов обычно не вызывает затруднений, однако требует от переводчика внимательности и аккуратности, особенно если речь идет о различиях в единицах измерения или системах счисления [1, с. 34].

Таким образом, многообразие и сложность языковых средств в заголовках английских и американских газет обуславливают особые требования к процессу их перевода, который должен учитывать не только буквальное значение и фактическую информацию, но и эмоционально-стилистические оттенки, культурный и исторический контексты, а также особенности восприятия текста целевой аудиторией. Правильный подход к переводу таких текстов способен сохранить их выразительность, привлекательность и эффективность воздействия на читателя, обеспечивая полноценную передачу оригинальной авторской задумки.

Перевод заголовков английских и американских газет требует не только высокого уровня языковой компетенции, но и глубокого понимания

культурного контекста. Культурные и стилистические различия между русскоязычной и англоязычной аудиторией оказывают значительное влияние на процесс перевода.

В англоязычной прессе заголовки часто обладают ярко выраженной экспрессивностью, провокационностью или иронией. Газеты Великобритании и США используют резкие, зачастую даже шокирующие формулировки для привлечения внимания читателей, что является приемлемым и привычным в западной культуре. Однако подобный стиль не всегда гармонично воспринимается русскоязычными читателями, для которых чрезмерно резкие или провокационные формулировки могут казаться неуместными или неуважительными. Поэтому переводчику необходимо адаптировать текст таким образом, чтобы сохранить внимание читателя, не нарушая при этом культурных норм и ожиданий целевой аудитории.

Стилистические особенности газетных заголовков также существенно различаются. Английский язык предпочитает краткость, динамичность и емкость выражения, активно используя сокращения, эллипсисы и игру слов. В русскоязычной журналистике чаще преобладает более описательный и развернутый подход, направленный на ясное и однозначное изложение информации. Это стилистическое различие требует от переводчика баланса между стремлением сохранить краткость и эмоциональность оригинала и необходимостью донести информацию до русскоязычного читателя без искажений [4, с. 45].

Кроме того, культурные реалии, упоминаемые в заголовках, могут быть совершенно непонятны или неочевидны русскоязычному читателю. Аллюзии на исторические события, политические деятели, спортивные достижения или культурные феномены, хорошо известные западному читателю, могут вызывать недоумение или неверное понимание среди русскоязычной аудитории. Переводчик должен либо подбирать понятные аналоги из русской культуры, либо сопровождать текст комментариями и пояснениями, что позволит читателю правильно воспринять заложенный в заголовок смысл.

Культурные табу и чувствительные темы также требуют осторожного подхода при переводе. Если в американской прессе считается нормальным открыто обсуждать личные подробности жизни известных людей, использовать иронию в отношении политики или религии, то в русскоязычном контексте подобные темы требуют более осторожного подхода, с учетом возможной негативной реакции со стороны аудитории. Это требует от переводчика деликатности и умения адаптировать текст, избегая чрезмерного упрощения или искажения первоначальной информации [2, с. 345].

Также следует учитывать разницу в восприятии эмоциональной окраски текста. Английские и американские заголовки нередко используют преувеличение и гиперболизацию для усиления эмоционального воздействия. В русскоязычном контексте чрезмерная эмоциональность может восприниматься читателями как попытка манипуляции, и поэтому необходимо искать золотую середину между сохранением эмоционального напряжения оригинала и адаптацией к ожиданиям русскоязычной аудитории.

Наконец, важно отметить, что использование юмора и сатиры, характерное для многих англоязычных изданий, представляет отдельную трудность при переводе. Юмор часто глубоко связан с культурными особенностями и требует от переводчика не только точности перевода, но и творческого подхода, чтобы передать смысл, сохранив юмористический эффект и доступность восприятия для русскоязычной аудитории.

Таким образом, перевод заголовков английских и американских газет требует учета множества культурных и стилистических особенностей, которые существенно влияют на восприятие текста аудиторией. Переводчик должен выступать не только как языковой посредник, но и как культурный адаптер, способный сохранить ключевую информацию, эмоциональный тон и авторскую интенцию оригинала в контексте русскоязычной культуры.

Перевод заголовков английских и американских газет требует особого подхода, учитывающего языковые, стилистические и культурные особенности оригинала. Эффективный перевод предполагает не только точную передачу информации, но и адаптацию эмоционального и культурного контекста, что делает процесс сложным и многоступенчатым. Дальнейшее изучение темы поможет разработать более эффективные стратегии перевода, улучшающие восприятие англоязычной прессы русскоговорящей аудиторией.

Список литературы:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2022. – 215 с.
2. Богданов А.В. Современные проблемы перевода СМИ: Учебное пособие. – М.: Флинта, 2022. – 186 с.
3. Кузнецова Н.В. Перевод текстов СМИ: стилистические и прагматические аспекты. – М.: РГГУ, 2021. – 200 с.
4. Львовская З.Д. Стилистика и редакция перевода публицистических текстов. – М.: Высшая школа, 2022. – 248 с.

**VIA SCIENTIARUM –
ДОРОГА ЗНАНИЙ**

*Научный периодический
рецензируемый журнал*

№ 3(1), 2025

Главный редактор
И.Л. Литвиненко

Технический редактор
К.А. Антонов
Компьютерная верстка
К.А. Антонов
Дизайн обложки
С.А. Бобко

Подписано в печать 10.06.2025. Дата выхода в свет 16.06.2025.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офисная. Гарнитура *Times New Roman*.
Печ. лист 7,5. Тираж 500 экз. Заказ № 36.

Российский государственный университет
социальных технологий (РГУ СоцТех)
107150, Москва, ул. Лосиноостровская, д. 49.
Отпечатано в типографии РГУ СоцТех по технологии СІР.