



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2542-0011

СЛХХХІІІ СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№4(182)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

г. НОВОСИБИРСК, 2024



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Электронный сборник статей по материалам CLXXXIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 4 (182)
Февраль 2024 г.

Издается с декабря 2011 года

Новосибирск
2024

УДК 08
ББК 94
Н34

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

Андреева Любовь Александровна – канд. юрид. наук;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук;

Ахметов Сайранбек Махсутович – д-р техн. наук;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук;

Гужавина Татьяна Анатольевна – канд. филос. наук;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук;

Карпенко Виталий Евгеньевич – канд. филос. наук;

Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук;

Корвет Надежда Григорьевна - канд. геол.-минерал. наук;

Купченко Константин Владимирович – канд. ист. наук;

Ле-ван Татьяна Николаевна – канд. пед. наук;

Павловец Татьяна Владимировна – канд. филол. наук;

Рысмамбетова Галия Мухашевна – канд. биол. наук;

Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук;

Соловенко Игорь Сергеевич – д-р. ист. наук;

Сүлеймен Ерлан Мэлсұлы – канд. хим. наук;

Сүлеймен (Касымканова) Райгул Нұрбекқызы - PhD по специальности «Физика»;

Харченко Виктория Евгеньевна – канд. биол. наук;

Якушева Светлана Дмитриевна – канд. пед. наук.

Н34 «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»:
Электронный сборник статей по материалам CLXXXIII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2024. – № 4 (182) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/4\(182\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/4(182).pdf).

Электронный сборник статей по материалам CLXXXIII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» отражает результаты научных исследований, проведенных студентами учреждений высшего и среднего профессионального образования.

Данное издание будет полезно студентам, магистрам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 94

ISSN 2542-0011

© ООО «СибАК», 2024 г.

Оглавление	
Статьи на русском языке	6
Секция «Геология»	6
ОЦЕНКА ДЕБИТА ДЛЯ СЕМИТОЧЕЧНОЙ СИСТЕМЫ РАЗРАБОТКИ Поднебесов Егор Алексеевич Ильченко Никита Сергеевич Туров Валентин Андреевич Гурбанов Парвиз Фикрет оглы	6
Секция «История»	13
ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЛЕНИНГРАДЕ В 1941-1944 ГОДАХ Волков Денис Максимович Потапова Алёна Николаевна	13
БИТВА ПРИ КАННАХ ПО ЛИВИЮ И ПОЛИБИЮ Сенатор Владислава Витальевна	23
Секция «Культурология»	30
РУССКАЯ КУЛЬТУРА ПИТАНИЯ В КИТАЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ – НА ПРИМЕРЕ СЯО ХУНА Чжоу Фаньци Серов Матвей Денисович	30
Секция «Лингвистика»	35
ОСОБЕННОСТИ АНГЛО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА В ЮРИДИЧЕСКОЙ СФЕРЕ Мавлонзода Имомберди Мухаммади Гильфанова Гульнара Тавкильевна	35
ЭВФЕМИЗМЫ В МАСС-МЕДИА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ Синицына Анастасия Евгеньевна	40
Секция «Маркетинг»	44
ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ИЗВЕСТНОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКИ Галиоскарова Ирина Рустамовна	44
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Рейнгард Дарья Александровна	48

Секция «Менеджмент»	53
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА МОТИВАЦИЮ СОТРУДНИКОВ	53
Чжан Вэньсин Михайлова Анна Викторовна	
Секция «Педагогика»	64
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ	64
Безуглова Людмила Валентиновна Карагодина Елена Анатольевна	
СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	70
Григорьева Анна Юрьевна	
Секция «Психология»	74
ЯВЛЕНИЕ КИБЕРБУЛЛИНГА В АУДИТОРИИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ И УЧИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ	74
Кузнецова Юлия Андреевна	
Секция «Реклама и PR»	82
ИЗУЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ВОСПРИЯТИЯ КАЗАХСТАНА: БАРЬЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ИМИДЖА	82
Жумагулова Фариза Маратовна Тасбергенова Гаухар Кошкарбековна	
Секция «Химия»	88
ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА К ИЗУЧЕНИЮ ХИМИИ	88
Антонова Анна Александровна Симонова Марина Жоржевна	
Секция «Экономика»	95
МИРОВОЙ ОПЫТ СПЕЦИАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	95
Рощупкин Матвей Валентинович Рощупкина Виолетта Викторовна	
АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СИЛИКАТНОГО КИРПИЧА	98
Светалкин Евгений Михайлович	

Секция «Юриспруденция»	104
СПОРЫ ОБ ИЗМЕНЕНИИ СПОСОБА ИСПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЯ СУДА (НА ПРИМЕРЕ СУДОВ ДВФО)	104
Большаков Артем Валерьевич Секретарев Роман Викторович	
Papers in English	109
Section "Information technology"	109
DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INFORMATION SUPPORT FOR TRANSPORT AND LOGISTICS PROCESSES AND NEW TECHNOLOGIES OF TRANSPORT PROCESSES IN TRANSPORT AND LOGISTICS DELIVERY SYSTEMS OVERSIZED CARGO	109
Alexandra Taschilina Korshunov Dmitry Alexandrovich	
Қазақ тіліндегі мақалалар	118
Бөлім «Ақпараттық технология»	118
КІТАПХАНА ҚЫЗМЕТІНДЕ МОБИЛЬДІ МАРКЕТИНГТІ ҚОЛДАНУ	118
Нүсіпжанова Маржан Есейқызы Нұржанова Гүлмира Исатайқызы	

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

СЕКЦИЯ «ГЕОЛОГИЯ»

ОЦЕНКА ДЕБИТА ДЛЯ СЕМИТОЧЕЧНОЙ СИСТЕМЫ РАЗРАБОТКИ

Поднебесов Егор Алексеевич
*магистрант,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: egorpodnebesov@gmail.com*

Ильченко Никита Сергеевич
*магистрант,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: nekit.ilchenko@yandex.ru*

Туров Валентин Андреевич
*магистрант,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: turov.v88@mail.ru*

Гурбанов Парвиз Фикрет оглы
*магистрант,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: gurbanov.parviz@mail.ru*

АННОТАЦИЯ

В статье разработана методика оценка дебита для семиточечной системы разработки.

Ключевые слова: эксплуатационный объект, расстояние между скважинами, дебит нефти.

Оценка дебита для семиточечной системы разработки

Эксплуатационный объект X разрабатывается обращенной семиточечной системой. Схематизация фильтрационных потоков и расположение скважин при обращенной семиточечной системе представлена на рисунке 1.

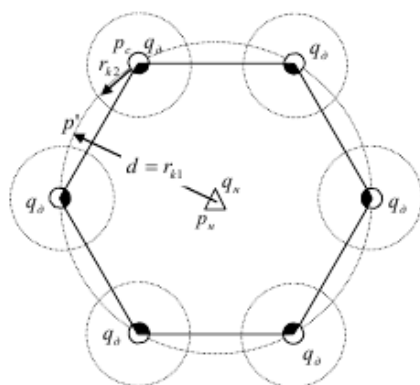


Рисунок 1. Схематизация фильтрационных потоков в семиточечной системе

Для определения правильности применения текущей системы разработки рассмотрим влияние расстояния между скважинами на дебит и объем добытой жидкости за 10 лет

Произведем расчет для оценки дебита элемента семиточечной системы разработки. Исходные данные для представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Исходные данные для оценки дебита элемента семиточечной системы разработки

Параметр	Значение	Единицы измерения
Проницаемость пласта	1,62	мД
Эффективная нефтенасыщенная толщина	5,1	м
Забойное давление нагнетательной скважины	56	МПа
Забойное давление добывающей скважины	19	МПа
Динамическая вязкость нефти	2,73	мПа·с
Расстояние между скважинами	500	м
Радиус скважины	0,1	м

Оценка дебита для элемента семиточечной системы разработки проводится с помощью формулы (1):

$$q_n = \frac{4\pi kh\Delta P}{3\mu \left(\ln \frac{d}{r_c} - 0,3662 \right)}, \quad (1)$$

где k – проницаемость пласта, мД;

h – эффективная нефтенасыщенная толщина, м;

ΔP – потери давления, МПа;

μ – динамическая вязкость нефти, сПз;

d – расстояние между скважинами, м;

r_c – радиус скважины, м.

$$q_n = \frac{4 \cdot \pi \cdot 1,62 \cdot 10^{-15} \cdot 5,1 \cdot (56 - 19) \cdot 86400}{3 \cdot 2,73 \cdot 10^{-3} \cdot \left(\ln \frac{500}{0,1} - 0,3662 \right)} = 5 \text{ т/сут}$$

Рассмотрим влияние расстояния между нагнетательной и добывающей скважинами на дебит через формулу (1). Динамика изменения дебита в зависимости от расстояния между скважинами будет рассматриваться в пределах от 100 до 700 м с шагом 50 м. Результаты расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2.

**Влияние расстояния между скважинами
на дебит при семиточечной системе**

Расстояние между скважинами, м	Дебит, т/сут
100	6,230
150	5,866
200	5,633
250	5,465
300	5,334
350	5,229
400	5,141
450	5,065
500	5,000
550	4,942

Расстояние между скважинами, м	Дебит, т/сут
600	4,891
650	4,844
700	4,802

Как видно из таблицы 2, чем меньше расстояние между скважинами, тем выше дебит. Таким образом, уплотнение сетки скважин позволит снизить темп падения дебита.

Рассмотрим динамику изменения дебита и объема добытой жидкости в зависимости от времени и расстояния между скважинами. Для анализа необходимо рассчитать следующие показатели:

1) Объем подвижных запасов

$$Q_p = V_{\text{геол}} \cdot k_{\text{выт}}, \quad (2)$$

где $V_{\text{геол}}$ – объем геологических запасов, тыс. т; $V_{\text{геол}} = 418,72$ тыс. т; [2]

$k_{\text{выт}}$ – коэффициент вытеснения, д. ед.; $k_{\text{выт}} = 0,04$. [2]

$$Q_p = 418,72 \cdot 0,04 = 16,75 \text{ тыс. т}$$

2) Объем добытой жидкости

$$Q(t) = \int_0^t q(t) dt = q_0 \cdot t \cdot k_{\text{эксп}} \cdot 365, \quad (3)$$

где q_0 – начальный дебит, т/сут;

t – время, год;

$k_{\text{эксп}}$ – коэффициент эксплуатации, д. ед; $k_{\text{эксп}} = 0,95$. [2]

3) Изменение дебита скважины во времени

$$q(t) = q_0 \cdot e^{-\frac{Q(t)}{Q_p}}, \quad (4)$$

Рассмотрим динамику дебита и объема добытой жидкости в зависимости от времени (с 2021 года по 2030 год) и расстояния между скважинами (от 100 до 700 м с шагом 50 м) с помощью формул (3) и (4). Результаты расчета приведены в таблице 3.

Таблица 3.

Динамика дебита и объема добытой жидкости в зависимости от времени и расстояния между скважинами

Годы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Расстояние между скважинами 100 м										
Объем добытой жидкости, т	180	2160	4320	6481	8641	10801	12961	15122	17282	19442
Дебит, т/сут	6,230	6,228	6,225	6,223	6,221	6,219	6,216	6,214	6,212	6,209
Расстояние между скважинами 150 м										
Объем добытой жидкости, т	169	2034	4068	6102	8136	10170	12204	14238	16272	18306
Дебит, т/сут	5,866	5,864	5,862	5,860	5,858	5,856	5,854	5,852	5,850	5,848
Расстояние между скважинами 200 м										
Объем добытой жидкости, т	163	1953	3906	5860	7813	9766	11719	13673	15626	17579
Дебит, т/сут	5,633	5,631	5,629	5,627	5,625	5,624	5,622	5,620	5,618	5,616
Расстояние между скважинами 250 м										
Объем добытой жидкости, т	158	1895	3790	5685	7580	9475	11370	13265	15160	17055
Дебит, т/сут	5,465	5,463	5,461	5,460	5,458	5,456	5,454	5,453	5,451	5,449
Расстояние между скважинами 300 м										
Объем добытой жидкости, т	154	1850	3699	5549	7398	9248	11097	12947	14797	16646
Дебит, т/сут	5,334	5,332	5,331	5,329	5,327	5,326	5,324	5,322	5,321	5,319
Расстояние между скважинами 350 м										
Объем добытой жидкости, т	151	1813	3626	5439	7253	9066	10879	12692	14505	16318
Дебит, т/сут	5,229	5,227	5,226	5,224	5,223	5,221	5,219	5,218	5,216	5,214
Расстояние между скважинами 400 м										
Объем добытой жидкости, т	149	1783	3565	5348	7131	8913	10696	12478	14261	16044
Дебит, т/сут	5,141	5,139	5,138	5,136	5,135	5,133	5,132	5,130	5,128	5,127

Годы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Расстояние между скважинами 450 м										
Объем добытой жидкости, т	146	1756	3513	5269	7025	8781	10538	12294	14050	15807
Дебит, т/сут	5,065	5,063	5,062	5,060	5,059	5,057	5,056	5,054	5,053	5,051
Расстояние между скважинами 500 м (применяемое)										
Объем добытой жидкости, т	144	1734	3468	5201	6935	8669	10403	12136	13870	15604
Дебит, т/сут	5,000	4,999	4,997	4,996	4,994	4,993	4,991	4,990	4,988	4,987
Расстояние между скважинами 550 м										
Объем добытой жидкости, т	143	1714	3427	5141	6855	8568	10282	11995	13709	15423
Дебит, т/сут	4,942	4,941	4,939	4,938	4,936	4,935	4,933	4,932	4,930	4,929
Расстояние между скважинами 600 м										
Объем добытой жидкости, т	141	1696	3392	5088	6784	8480	10176	11872	13568	15264
Дебит, т/сут	4,891	4,890	4,888	4,887	4,885	4,884	4,882	4,881	4,880	4,878
Расстояние между скважинами 650 м										
Объем добытой жидкости, т	140	1680	3359	5039	6719	8398	10078	11758	13437	15117
Дебит, т/сут	4,844	4,843	4,841	4,840	4,838	4,837	4,836	4,834	4,833	4,831
Расстояние между скважинами 700 м										
Объем добытой жидкости, т	139	1665	3330	4995	6660	8325	9991	11656	13321	14986
Дебит, т/сут	4,802	4,801	4,799	4,798	4,797	4,795	4,794	4,792	4,791	4,790

Заключение

Из таблицы 3 можно сделать вывод: чем меньше расстояние между скважинами, тем больше объем добытой жидкости и выше дебит в течение 10 лет. Динамика изменения дебита от времени незначительная ввиду длительности разработки объекта.

Также важно отметить, что с уменьшением расстояния между скважинами и ростом дебита увеличивается объем добытой жидкости. Это может привести к ускоренной выработке запасов и раннего вывода объекта из эксплуатации. Ис-

ходя из этого видно, что расстояние между скважинами в 500 м при семиточечной системе разработки является оптимальным, что говорит о правильности выполнения проектных решений разработки объекта.

Список литературы:

1. Кабиров, А.Н. Численное моделирование влияния градиента порового давления на распространения трещин гидравлического разрыва пласта / А.Н. Кабиров, Н.Н. Ситдииков, М.В. Щекотов // Технологии нефти и газа. – 2023. – № 1(144). – С. 23-26. – DOI 10.32935/1815-2600-2023-144-1-23-26. – EDN QGKYSC.
2. Моделирование процесса распада гидрата метана путем закачки горячей воды / А.Ю. Лыкова, А.Н. Кабиров, Р.Т. Горданов, А.А. Оганесян // Технологии нефти и газа. – 2023. – № 6(149). – С. 33-37. – DOI 10.32935/1815-2600-2023-149-6-33-37. – EDN DLSPEA.
3. Анализ переходных процессов давления вертикальной скважины в карбонатных коллекторах / А.Н. Кабиров, Н.Н. Ситдииков, А.Ю. Лыкова, Р.Т. Горданов // Технологии нефти и газа. – 2023. – № 4(147). – С. 33-38. – DOI 10.32935/1815-2600-2023-147-4-33-38. – EDN IJTHTT.
4. Ян, Ш. Многостадийный гидроразрыв пласта: опыт и перспективы / Ш. Ян, А.Н. Кабиров // Научный аспект. – 2022. – Т. 1, № 4. – С. 124-129. – EDN INOJAO.
5. Черевко М.А., Янин А.Н., Янин К.Е Разработка нефтяных месторождений Западной Сибири горизонтальными скважинами с многостадийными гидроразрывами пласта. – Тюмень-Курган: Зауралье, 2015.

**СЕКЦИЯ
«ИСТОРИЯ»**

ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ЛЕНИНГРАДЕ В 1941-1944 ГОДАХ

Волков Денис Максимович
*студент,
кафедра общественных наук
и молодёжной политики
Оренбургский государственный
медицинский университет,
РФ, г. Оренбург
mail: vasilek546@yandex.ru*

Потапова Алёна Николаевна
*научный руководитель,
канд. ист. наук, доц.,
Оренбургский государственный
медицинский университет,
РФ, г. Оренбург*

SCHOOL EDUCATION IN LENINGRAD IN 1941-1944

Denis Volkov
*Student,
Department of Social Sciences
and Youth Policy,
Orenburg state medical University,
Russia, Orenburg*

Alyona Potapova
*Scientific supervisor, candidate
of Historical Sciences, associate professor,
Orenburg state medical University,
Russia, Orenburg*

АННОТАЦИЯ

В статье акцентируется внимание на работе школ в годы блокады Ленинграда, особенности их функционирования в сложившихся неблагоприятных для

получения образования условиях, подвиге учителей и учеников и меры, принятые органами государственной власти СССР для обеспечения получения образования.

ABSTRACT

The article focuses on the work of schools during the siege of Leningrad, the peculiarities of their functioning in the prevailing unfavorable conditions for education, the feat of teachers and students and the measures taken by the state authorities of the USSR to ensure education.

Ключевые слова: блокада Ленинграда, война, бомбоубежища, учебная программа, учебно-воспитательная работа, военно-физкультурная подготовка, эвакуация, школа, питание, занятия, экзамены, посещаемость, ученики, учителя.

Keywords: the siege of Leningrad, the war, bomb shelters, curriculum, educational work, military physical education, evacuation, school, meals, classes, attendance, students, teachers.

Блокада города Ленинград – одна из трагических страниц в истории Великой Отечественной войны. Она продлилась с 8 сентября 1941 года по 27 января 1944 года. Блокада длилась 872 дня, каждый из которых – пример мужества и отваги жителей города.

Всем известно, что в блокадном Ленинграде катастрофически не хватало еды, были перебои с электричеством, с подачей воды, отоплением и не функционировала канализация. Множество людей погибало от голода и холода дома, по пути на работу и просто на улице. Но не смотря на военное положение по решению властей учебный процесс для школьников возобновился.

На момент 22 июня 1941 года в Ленинграде проживало 848 067 детей в возрасте до 16 лет, 455 260 из которых были дошкольного возраста, что составило 54%, и 392 807 детей школьного возраста, то есть 46% [1].

Несмотря на военное положение, блокаду города и угроз авиационных налётов противника новый 1941/1942 учебный год начался 3 ноября 1941 г. В срок до

31 октября 1941 г. была проведена регистрация учеников в школах, а с 31 октября по 2 ноября дети проходили обязательный медицинский осмотр. Хотя учебный год и начинался позже, но никаких отступлений от учебного плана не было – ученики должны были усвоить учебную программу в полном объёме, правда в более сжатые сроки, чем раньше. Также особое внимание было уделено военной, физической и патриотической подготовке школьников, что было просто необходимо в условиях ведения войны. Для учащихся 1-6 классов учебная и воспитательная работа проводилась при домохозяйствах, благодаря слаженной работе не только органов народного образования, но и родителей, управдомов и актива дома. Для учеников же с 7 по 10 класс занятия были организованы в школах [2].

Всего из 408 школ, работавших в Ленинграде до войны, возобновили работу в новом учебном году лишь 103, то есть 25,25%, ведь количество зарегистрированных учеников 1-6-ых классов было 60 000 человек, а 7-10-ых – 30 000 человек [3]. Таким образом, к занятиям приступили лишь 90 000 детей из 392 807, что составило почти 23%. Существенное снижение количества обучающихся было обусловлено несколькими факторами: во-первых, в соответствии с решением Ленноблисполкома об организации эвакуации населения от 8 июля 1941 г., была организована эвакуация жителей из Ленинграда [4]. Так, в период с 29 июня по 6 июля 1941 года в районы Ленинградской области были эвакуированы 163 811 детей – 19,3% от общего их числа [5]. Во-вторых, многие дети-подростки отправились работать на различные производства города взамен старшим товарищам, ушедшим на фронт.

Особенностью проведения уроков стал тот факт, что часто занятия проводились не в учебных классах, как это было ранее, а в бомбоубежищах, ведь немецко-фашистские войска регулярно бомбили город, и никто не знал, куда попадёт очередной вражеский снаряд.

По воспоминаниям ученицы 239-й школы Ленинграда Вали Петерсон в начале учебного года (1941) обучение было в радость, учеников было достаточное количество [6]. Но с приходом холодов в декабре 1941 года ситуация заметно

изменилась. В классах на занятиях ряды школьников стали редеть, в бомбоубежищах и школе становилось невыносимо холодно, и тогда учителя решили попросить управхозы выдать им деревянный лом для обогрева помещений, где проводились занятия школьников. Управхозы выделили лом, и в классах и убежищах стало чуть теплее. Также некоторые учителя просили детей приносить с собой на занятия деревянные поленья и всё то, что могло гореть.

Дети в классах, как и учителя, сидели в верхней одежде, в шапках, в валенках и рукавицах. Из-за холода чернила замерзали и покрывались коркой льда, поэтому каждый учебный день начинался с прodelывания отверстий в слое льда, чтобы была возможно окунуть перо в чернила и писать. В классах стояли кафельные печи, но теперь от них лишь веяло холодом. Водопровод ближе к зиме перестал подавать воду.

В школе было организовано горячее питание – суп. Если ученик съедал первую тарелку супа, то ему наливали и вторую. Учителя строго следили, чтобы ребёнок съедал суп в столовой, а не отливал его в баночки для своих родных, ведь это питание выделялось ребёнку специально, чтобы у него были силы учиться. Да, учителя понимали, что дети хотят помочь своим родным и близким, но все же питание было предназначено именно ребёнку.

Также с приходом холодов в школе уже не были слышны привычные детские крики и смех, не было беготни, частых драк, дети приходили в школу и сразу же шли в класс. Лица у них были бледные, под глазами образовывались синяки, и впервые начало звучать страшное слово – дистрофик [7].

Трудно было и учителям осуществлять подготовку к проведению уроков. По воспоминаниям учителя истории К.В. Рубец-Ползиковой она приходила домой, укрывалась одеялом, пледом, ковриком, и под слабый свет самодельной лампы из блюдца с олифой с опущенным в него фитилём читала книги и готовилась к завтрашнему дню. Думала, как бы интересно рассказать урок, вызвать на лицах детей даже в такие трудные времена улыбку и приятные эмоции! [7]

Тяжёлая обстановка в городе зимой 1941-1942 года не помешала проведению новогодних ёлок 2 января для детей. Учителя из вырванных из тетрадей

листочков делали для детей кулёчки, чтобы положить в них новогодние угощения. Каждый пакетик наполняла комиссия, его вес должен составлять ровно 250 граммов. В пакетик клали: печенье, курагу и одну, либо половину конфеты «Чайка». Подарки вручали на ёлке. Сладости вручались младшим школьникам с 1 по 6 класс, и также устраивался обед и праздничное представление. Ученики же с 7 по 10 класс шли в театр на спектакль, там им давался обед, но без сладкого подарка. Все были одеты тепло, не снимали верхнюю одежду, потому что в зале было очень холодно. Ёлка была чудесно украшена, но гирлянды на ней не светились – не было электричества [8].

Новогодние каникулы продлились не до 5 января как ожидалось ранее, а до 16 января [9].

Обстановка после каникул стала ещё тяжелее: чернила промерзали до дна, поэтому детям приходилось носить их с собой во внутренних карманах. Писать на доске без варежек становилось трудно, ведь руки быстро замерзали [7].

Также после каникул многие школы были закрыты из-за высокой смертности детей и учителей от голода. В это время городские запасы питания были почти исчерпаны, и лишь 13 января всем категориям граждан было выдано 100 г мяса, 200 г крупы и 200 г муки [10].

Для поддержания сил школьников, в декабре, после уроков, им давали тарелку белкового дрожжевого супа и баночку фруктового желе на десерт. Это немного стимулировало посещение детьми школы и давало им дополнительные силы [3]. Весной стало чуть легче. Морозы отступили, внешний облик города под лучами весеннего солнца стал более приветлив к детям. Часто занятия проводились на улице: в парках, скверах и аллеях, чтобы не сидеть в серых, унылых и душных классах [7].

С 20 июня 1942 года начались экзамены в школах. Несмотря на сложную обстановку, экзамены проводились в строгом соответствии со всеми правилами и нормами. Во время начала обстрела учащиеся и экзаменаторы переходили в безопасные комнаты и продолжали экзамены. Всем оканчивающим 7 и 10 класс выдавались удостоверения: «За успешное окончание средней школы в условиях

военного времени». Всем отличникам дарили памятные книги с надписью: «За отличное поведение и учение в Ленинграде в дни его блокады» [7].

Летом дети отправлялись на сельскохозяйственные работы, чтобы дать возможность городу запастись продуктами питания на предстоящую зиму. Там, трудясь в лагерях, у них появилась возможность насытиться летним солнцем, закупаться в реках и озёрах, покушать свежих овощей и фруктов с грядок, также их труд оплачивался в соответствии с установленными нормами оплаты труда. За лето дети, участвовавшие в сельскохозяйственных работах, окрепли, избавились от дистрофии и цинги и снова вернулись к учёбе.

Также летом была проведена серьёзная работа по учёту детей школьного возраста, так как многие были эвакуированы, а некоторые умерли. На 1 сентября 1942 года было учтено лишь 15 000 детей, подлежащих обучению в начальной школе. Так как сократилось количество детей, то многие школы были преобразованы в начальные школы либо в неполные средние школы, а некоторые и вовсе закрыты. Так, действовало 14 средних, 65 – неполных средних и 15 начальных школ. [3]

Летом при помощи воинских частей в школах провели ремонтные работы, восстановили системы водоснабжения и канализации. Паровое отопление заменили на печное, было поставлено более 10 000 кубометров дров для обогрева школ в холодную погоду.

Новый учебный 1942-1943 год начался для младших классов (1-4 классы) 15 сентября. В результате усиленной работы к обучению привлекли ещё 16 000 детей в возрасте до 14 лет, работавших на производствах, поэтому общее число учеников начальных классов составило 21 000 человек. С 15 октября после возвращения с сельскохозяйственных работ за парты сели 6 000 учеников 5-10 классов. Для них были внесены изменения в программу: усиленная военная, патриотическая и физическая подготовки. Для всех школьников вводилось 3-ёх разовое питание. Литературой школы были оснащены полностью, а вот с тетрадями дела обстояли плохо, поэтому приходилось использовать газеты и журналы [3].

Осенью 1942 года на трамвайных платформах подвозили дрова для обогрева классов в зимнее время. Совместным трудом дети и учителя перетаскивали дрова в школу, для обогрева помещений в холодную погоду [7].

Стоит отметить стойкость и сознательность детей. Осенью на разбитых около школ, больниц и других учреждений огородах поспевали разные культуры. Но дети понимали, что в них особо нуждается фронт, раненые и жители города, поэтому они не кушали эти овощи, даже будучи голодными. Этому, возможно, способствовала высадка грядок турнепса, который дети могли кушать вдоволь, ведь он был очень вкусным [11].

Последующие годы обучения для школьников стали чуть проще и стабильнее, но детям все же приходилось часто спускаться в убежища из-за обстрелов, бороться с заболеваниями и психофизическими нагрузками, воздействовавшими на детей в среде блокадного города.

В декабре 1942 года для детей в возрасте от 3 до 13 лет были открыты столовые УДП (усиленного детского питания). С 1 января 1943 года к этим столовым стали прикреплять всех ослабленных детей вне зависимости от возраста.

Стоит отметить, что 1942-1943 учебный год успешно окончили 27 000 учеников, большинство из которых были учащиеся с 1 по 7 класс [12].

В соответствии с постановлением Ленгорсовета и бюро Ленинградского горкома ВКП(б) от 29 апреля 1943 года 8 685 учащихся с 4-х по 10-е классы на период летних каникул были мобилизованы на прополку, поливку овощей и уборку урожая в совхозах и подсобных хозяйствах Ленинграда и области. Для лучшей организации деятельности были созданы подобные пионерским лагеря. Продолжительность рабочего дня для и нормы выработки для учащихся 9-10 классов соответствовали нормам взрослых рабочих совхозов, а для учеников 4-8 классов был введен менее напряженный режим.

Распорядок дня выглядел так: начало работы в 8 часов 40 минут, работа продолжалась до: для 4-6 классов – 11 часов 40 минут, 7-8 классов 13 часов 40 минут. Далее обед и отдых. Затем с 17 часов работы возобновлялись до 20 часов. После

ужина проводились различные воспитательные мероприятия и кружковые работы. Отбой в 22 часа 30 минут [12].

В связи с необходимостью введения серьёзной военно-физической подготовки в 1943 году в школах СССР было введено раздельное обучение для девочек и мальчиков, эти изменения коснулись и Ленинграда [13].

После прорыва блокадного кольца в 1943 году количество учеников увеличилось, но уровень знаний тех, кто вернулся в школу, был значительно ниже тех, кто учился все года. Поэтому было введено шефство сильных ребят над вновь прибывшими [14].

После окончательного снятия блокады Ленинграда 27 января 1944 года в город стали возвращаться дети и взрослые. Дети снова пошли в школы. Ранее закрытые учебные заведения вновь открывались, начали свою работу детские библиотеки, дворцы пионеров. В школах начала работать вторая смена. Осенью 1944 года к учёбе приступили 90 000 школьников, а в начале 1945 года их уже было 120 000 человек. В Ленинграде действовали 7 начальных, 102 семилетних и 82 средние школы [15].

Стоит отметить, что в тяжёлые годы блокады дети помогали друг другу и людям, которым была необходима помощь – создавались «тимуровские» команды, главной задачей которых была помощь нуждающимся в ней людям. Так, директор школы №239, получила письмо от жительницы Ленинграда Беловой К., которая благодарила учениц 3 класса, за оказанную ей помощь в быту, ведь сама она серьёзно болела водянкой [7].

Итак, общее число детей, которых необходимо было спасти от голода и холода в блокадном Ленинграде составило 903 230 человек [16].

Удивительно, но в период с конца 1941 года по 1943 год в Ленинграде родилось 95 000 детей (осень-зима 1941 – 68 000, 1942 – 12 500, 1943 – 7 500 детей) [17].

Период блокады оставил страшный след в истории не только СССР, но всего мира. Всем известный голод, постоянные бомбовые удары, обстрелы, морозные зимы и высокая смертность были против горожан. Но советский народ доказал

всему миру свою стойкость и непреклонность перед врагом. Даже в таких ужасающих условиях государство заботилось о народном образовании, прилагало все возможные усилия для его обеспечения, ведь для человека и общества образование играет очень важную роль!

Низкий поклон учителям, вкладывавшим душу в свою работу, честно и добросовестно выполнявшим её, старавшимся дать детям знания даже в условиях царившего вокруг них ужаса!

Так как образование – одно из важнейших составляющих цивилизованного и думающего человека, то труд учителей в блокадном Ленинграде – подвиг, который не подлежит забвению и служит примером для современных преподавателей!

Сейчас у детей есть возможность приходить в школы, где созданы комфортные условия, учителя могут готовиться к проведению уроков, но не стоит забывать, что в годы блокады люди мечтали о таких, казалось бы нам сейчас, простых вещах (тепло, свет, обилие тетрадей, первое, второе и третье на обед), но даже в таких трудных условиях они выполняли свою работу и обязанность в обучении на совесть, так пусть же этот подвиг учителей и учеников будет для нас примером добросовестного отношения к работе и учёбе!

Список литературы:

1. Бантова М.А. Бельтюкова Г.В. Важный вклад в развитие советской методики начального обучения математике (К 100-летию со дня рождения Н.С. Поповой) // Начальная школа. 1986.
2. Ленинградская правда. 1941, №256 (8049) . 26 октября.
3. 900 героических дней: Сб. документов и материалов о героической борьбе трудящихся Ленинграда в 1941-1944 гг./ Сост. Х.Х.Камалов, Р.В.Серднак, Ю.С.Токарев. – М.;Л.: Наука, 1966.
4. Решение Леноблисполкома об организации эвакуации населения. 8 июля 1941 г. ЦГА СПб. Ф. 7179. Оп. 53-1. Д. 32. Л. 186. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://spbarchives.ru/evacuation2023-2-2#gallery-13> (дата обращения 25.12.2023)
5. Сводка об отправке детей в районы Ленинградской области с 29 июня по 6 июля 1941 г. ЦГА СПб. Ф. 330. Оп. 2. Д. 13. Л. 55. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://spbarchives.ru/evacuation2023-2-2#gallery-15> (дата обращения 25.12.2023)

6. Петерсон В. Дневник Вали Петерсон. // Детская книга войны. Дневники 1941-1945. М.: Аргументы и факты, АиФ, 2015.
7. Ползикова-Рубец К.В. Они учились в Ленинграде.– СПб, 1954.
8. Дневник учителя блокадной школы (1941-1946)/ К.В. Ползикова-Рубец, 2000.
9. Блокадный дневник учителя Винокурова А.И. Январь 1942 г.-декабрь 1942 г. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://docs.historyrussia.org/ru/nodes/277860-blokadnyu-dnevnik-uchitelya-> (дата обращения 25.12.2023)
10. Ленинградская правда. 1942. №10 (8116). 13 января.
11. Серебряков В.Г. Школа в двойном блокадном кольце. Ломоносов, 2009.
12. ОБОРОНА ЛЕНИНГРАДА. 1941–1945. ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ / АВТ. ВСТУПИТ. СТАТЬИ И ОТВ. РЕД. А.К. СОРОКИН. – М.: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ, 2019. 735 С.
13. Гончарова Г.Д. Период раздельного обучения в СССР в 1943–1945 гг. и его отражение в литературе и кинематографе. – Издательский дом Высшей школы экономики», 2013.
14. Данилов П.П. И в блокадном Ленинграде дети учились // Отечественная история. – 2004. – №3. – С.35-41.
15. Ленинград. Краткий исторический очерк. Л., 1964.
16. Газиева Л.Л. Борьба за спасение детей в блокадном Ленинграде в 1941–43 годах: автореф. дис. канд. ист. наук. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2011.
17. Комаров Н.Я. Феномен блокадного Ленинграда. М.: Кучково поле, 2008.

БИТВА ПРИ КАННАХ ПО ЛИВИЮ И ПОЛИБИЮ

Сенатор Владислава Витальевна
студент,
институт истории, гуманитарного
и социального образования,
Новосибирский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: vladislava.senator@mail.ru

THE BATTLE OF CANNES BY LIVY AND POLYBIUS

Vladislava Senator
Student,
Institute of History, Social
and Humanities Education,
Novosibirsk state pedagogical University,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В статье представлен анализ двух оценок и характеристика битвы при Каннах на основе описания античных историков – Полибия и Тита Ливия.

ABSTRACT

The article presents an analysis of two assessments and a description of the Battle of Cannae based on the description of ancient historians Polybius and Titus Livy.

Ключевые слова: Тит Ливий, Ганнибал, битва, Полибий.

Keywords: Titus Livius, Hannibal, the battle, Polybius.

Битва при Каннах является, пожалуй, одним из самых известных в мировой истории сражений. Эта битва была крупнейшим событием Второй Пунической войны. В этой битве карфагенский военачальник Ганнибал, к изумлению всего тогдашнего цивилизованного мира, почти полностью истребил римскую армию, которая численно почти вдвое превосходила карфагенян, а боевой выучкой, как минимум, не уступала. Античные историки не единожды описывали эту битву, каждый раз находя всё новые и новые причины поражения, называя виновников

поражения, включая сюда силы природы и даже богов. В данной статье будет сделана попытка провести анализ двух оценок и повествований этого сражения античными историками – Титом Ливием и Полибием.

Авторы расходятся уже в самом начале повествования – Ливий не упоминает участия сената в распределении воинов и решениях насчёт военных мероприятий, зато вставляет несколько речей и деталей, характеризующих двух консулов и их противостояние. Всё выставляется так, будто бы Фабий советует Эмилию Павлу не давать сражения Ганнибалу, т.е. вести ту же стратегию, что сам Фабий. Однако из упоминаний обоих историков мы знаем, что в общем Рим на борьбу с Ганнибалом мобилизовал 16 легионов (8 римских и 8 союзных), что Полибий называет беспрецедентным. Это силы (У Полибия это 80 тысяч пехоты и 6 конницы), значительно превосходящие армию карфагян (40 тысяч пехоты и 10 тысяч конницы), [3, с. 56] о чём римляне знали и вполне могли надеяться на победу попросту из численного превосходства. У Полибия нет намёка на нежелание вступать в бой у Эмилия Павла, зато есть указание сената дать сражение после сообщения проконсулов. Эти детали позволяют сделать вывод что, в общем-то, решение дать генеральное сражение было принято ещё в Риме, а Тит Ливий раздул из возможных реальных разногласий консулов историю, приносящую Варрона и выставляющую Эмилия Павла в положительном свете не то гением, не то внемлющим советам других, но ограниченным кодексом чести, долгом и общественным мнением и потому малоспособным повлиять на судьбу. Очевидно, вся канва противостояния выдумана и продумана Титом Ливием или его источниками и в основе своей имеет фамильное и патрицианско-плебейское противостояние (близость Варрона к плебсу, солдатам и весь связанный с этим негатив проскальзывает у Тита Ливия повсеместно). Это не говоря уже о привнесённых Ливием историй о впервые произнесённой перед трибунами клятве и прочих художественных деталях повествования. Гораздо более интересное противоречие – данные Ливия о недостатке хлеба (и еды вообще) в армии Карфагена у Ливия и обратное заявление о захвате хлебного склада в Каннах у Полибия. История Ливия вновь подозрительна – награбленного продовольствия на один

день, испанцы вот-вот сбегут к врагу, надо срочно дать бой, и как удачно, что на подходе римское войско с ретивым консулом Варроном. Причём Ливий объясняет нехватку еды тем, что она была скоплена римлянами в укрепленных городах – Полибий этому нисколько не противоречит, но заявляет, что один из таких городов Ганнибал как раз-таки взял – это Канны. На лицо сокрытие Ливием этого факта, дабы придать войску Ганнибала большую ретивость и мотивацию непременно вступить в бой. Отдельно стоит отметить некое брожение в войске Ганнибала, описание у Ливия, чего не отмечает Полибий – возможно, он отмёл эти примечания, а Ливий включил, т.к. оба пользовались свидетельствами анналиста Фабия Пиктора, который приводил свидетельства некоего пунийского полководца; также они пользовались информацией грека Силена, приближенного Ганнибала.

Следующее несоответствие встречается при описании первой стычки легковооруженных воинов – у Полибия в этот день командовал Варрон, а у Ливия – Эмилий Павел, но они хотя бы единогласны, что стычка закончилась в пользу римлян. Причём у Полибия это намеренное наступление на врага, а у Ливия – случайная стычка зарвавшихся фуражиров; у Полибия стычку остановила ночь, а у Ливия – приказ Эмилия Павла. Трудно ответить, кто в данном случае прав, но стремление Ливия прикрывать неудачные ходы римлян глупостью Варрона и злым роком вынуждает отдать предпочтение Полибию.

Кроме того, если у Полибия римляне сразу встают в два лагеря по берегам рек, то Тит Ливий перед этим действием упоминает какие-то уловки Ганнибала, которые не удались из-за неудачных предзнаменований и беглых рабов, говорит о попытке уйти в Апулию за хлебом... И только устроив преследование карфагенян, римляне встают в те же два лагеря. Интересно, что у Полибия Ганнибал после стычки произносит речь, в которой есть следующие слова: «С победой в этой битве вы тотчас станете господами целой Италии» [1, с. 244]. У Тита Ливия есть такой же эпизод – словами Варрона он говорит: «не его вина, если Ганнибал давностью владения уже как бы приобрел для себя Италию». Очевидно «творческое заимствование» у Полибия.

Дальнейшие события имели место в таком порядке: Ганнибал выводит войска напротив основного лагеря римлян, его провокация к битве не удаётся, и он посылает нумидийцев нападать на водоносов из малого лагеря на другом берегу реки. Командовавший в тот день Павел справедливо отметил, что местность слишком благоволит Ганнибалу в виду его превосходства в кавалерии. Это имело свой эффект – несмотря на описываемый конфликт у Ливия, в обоих повествованиях Варрон перешел на другой берег реки [4, с. 89]. Он также говорит, что ширина римского построения не позволила бы встать перпендикулярно реке – пришлось бы строиться наискось, что, возможно, подтверждает (или явствует собой происхождение) утверждение Ливия о некоем ветре.

Ганнибал смог применить подходящую тактику (знаменитые «клещи»), благодаря которой он смял правый конный фланг римлян, затем ликвидировал оставшуюся конницу врага и окружил пехоту, причём меньшими, чем у Рима, силами. Нам здесь стоит отметить несколько вещей: во-первых, было странное свидетельство Тита Ливия о фальшивых воинах-перебежчиках, которых римское войско приняло и даже поставило в собственный тыл просто потому, что они прискакали без оружия.

Но, наверное, трудно себе представить того военачальника, что заведёт себе в тыл пусть и безоружную, но перебежавшую из вражеского лагеря группу воинов. Скорее всего, здесь Тит Ливий в очередной раз отстаивает точку зрения, что при Каннах римлян перехитрили, но никак не победили мужеством и силой коварные карфагеняне. Либо он приводит некий реальный домысел римлян, порождённый внезапною атакой с тыла. К тому же, такое свидетельство очень удобно укладывается в сообщения о якобы брожениях в войске Ганнибала. Очень неоднозначны два противоречия – Полибий говорит, что солнце не светило никому в глаза, а правым флангом карфагенян командовал Ганнон. Ливий же утверждает, что был тот самый юго-восточный ветер с пылью, а правый фланг был под командованием Махарбала. И если свидетельство о погоде можно отдать в пользу Полибия вследствие его путешествий, то вопрос о командовании остаётся открытым. Возможно, раз уж ни один автор не отрицает командование

центром Ганнибала и брата Магона, то либо оба военачальника командовали правым флангом, либо им был всё же Ганнон – поскольку для Ганнибала было типично на командные должности назначать родственников – Магон, Газдрубал тому пример. К слову, многие выводят из факта командования Павлом правым флангом его командование в тот день вообще – но тогда рушится вся нить смены командования. Видимое противоречие между Ливием и Полибием, на наш взгляд, исчерпывается тем, что Ливий не учёл всех дней противостояния. По Полибию, войско прибыло (командовал Павел), случилась стычка (Варрон), день прошёл (Павел), Ганнибал произнёс свою речь и прождал ещё день (Варрон), Павел проигнорировал выход Ганнибала (Павел), и на следующий день произошла битва (Варрон). У Ливия же повествование идёт таким образом, будто в день прибытия случилась стычка (Павел), потом Ганнибал попробовал уловку (Варрон), Ганнибал ночью ушел к Каннам и на следующий день попробовал спровоцировать римлян (Павел), и уже под командованием Варрона случилась битва [5, с. 102]. Так как версия, что войско Ганнибала ушло ночью, дождалось римлян у Канн и весь день простояло в ожидании битвы вряд ли достоверна: ведь уставшие солдаты мало на что способны. И кому, как не Ганнибалу, это понимать. Стоит отдать предпочтение Полибию и его шести дням противостояния вместо ливиевых четырёх. Ливий в данном случае, видимо, попросту смешивает и путает даты. В том же, что консулы решили командовать кавалерией и распределились по флангам, нет ничего странного – они прекрасно понимали слабость своей кавалерии и преимущество пехоты, поэтому правильно решили находиться на наиболее опасных участках – ведь и Ганнибал занял наиболее уязвимый центр своих рядов.

Рассмотрев две версии двух разных историков, нами была сделана попытка выяснить достоверность их версий и отдельных деталей. Было выведено, что никакого конфликта консулов не было, и решение дать бой было принято сенатом в совещании с консулами; также было прояснено множество противоречий между историками. И их действительно много – данные о положении Ганнибала,

погоде, действиях и командовании подчас абсолютно противоположны у двух авторов.

Полибий старается анализировать, изучать битву, учитывать её предпосылки и последствия, активно использует свой географический и военный опыт в повествовании [7, с. 68]. В большинстве случаев он критически относится к источникам, и вся его история о каннах выдержана в более историческом стиле, достойном хорошего исторического труда. У Полибия были принципы, которые мы могли бы назвать принципами и современного историка. Напротив, Тит Ливий в самом начале своего масштабного труда признаёт – его интересует не столько истина, сколько воспитание и внушение гражданам определённой идеи патриотизма, величия Рима и патрициев, высокой нравственности людей того времени. Его рассказ полон художественных деталей, трагизма и драматизма, но исторической достоверности ему не достаёт – в нескольких случаях мы даже видели, что Тит Ливий намеренно игнорирует свидетельства Полибия, списывая не вредящие его концепции детали и отменяя все остальные. Он пользуется трудами хронистов и составителей семейных историй – источниками субъективными.

Но более глубокое изучение особенностей римской историографии делает очевидным вывод – Тит Ливий сам следует традиции анналистов и ничем от них не отличается, кроме того, что написал гораздо большую и безусловно красивую с художественной точки зрения «историю». Но именно художественности в ней больше всего – это не исторический материал, а художественно-дидактическое произведение, созданное с совсем иными целями, нежели поиск исторической истины.

Список литературы:

1. Полибий. Всеобщая история в сорока книгах. Пер. с греч. Ф.Г. Мищенко. Т. I-II. СПб.: Ювента, 1994-1995. (I, 14; II, 56; III, 32; XII, 25 b-h; III, 106-107; 113, 118). 495 с.
2. Тит Ливий. История Рима от основания Города. Т. I-II. М.: Наука, 1989, 1991 (I, предисловие; XXII, 38-40; 44-52).
3. Дельбрюк Г. История военного искусства в рамках политической истории. Т. 1. СПб.: Ювента, 1994. 416 с.

4. Коннолли П. Греция и Рим. Энциклопедия военной истории. М.: ЭКСМО-пресс, 2000. 320 с.
5. Кораблев И.Ш. Ганнибал. М.: Наука, 1981. 360 с.
6. Кузищин В.И. Источниковедение древней Греции (эпоха эллинизма) М.: Издательство Московского университета, 1982. 240 с.
7. Утченко С.Л. Римская историография и римские историки/ Историки Рима. М.: Наука, 1982. С. 5-34.

СЕКЦИЯ
«КУЛЬТУРОЛОГИЯ»

**РУССКАЯ КУЛЬТУРА ПИТАНИЯ В КИТАЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ –
НА ПРИМЕРЕ СЯО ХУНА**

Чжоу Фаньци

*студент,
факультет обучения
русскому языку как иностранному,
Государственный институт
русского языка им. А.С. Пушкина,
РФ, г. Москва
E-mail: zfqdmitri@gmail.com*

Серов Матвей Денисович

*студент,
институт иностранных языков,
Рязанский государственный
университет им. С.А. Есенина,
РФ, г. Рязань
E-mail: mserov40@mail.ru*

АННОТАЦИЯ

В данной статье представляется межкультурная коммуникация в аспекте питания и русская культура пищи в произведениях китайской писательницы Сяо Хун. Анализируются фрагменты произведений Сяо Хун, обобщаются функции русской культуры питания в её творчестве, а также демонстрируется важная роль культуры в отношениях России и Китая.

ABSTRACT

This article presents intercultural communication in the aspect of food and Russian food culture in the works of Chinese writer Xiao Hong. Fragments of Xiao Hong's works are analyzed in order to summarize the functions of Xiao Hong's work and deepen the important role of culture in relations between Russia and China.

Ключевые слова: русская культура питания, Сяо Хун, культурный обмен.

Keywords: russian food culture, Xiao Hong, cultural exchange.

Культура питания – важная часть человеческой цивилизации. Она развилась почти одновременно с появлением человека, потому что люди просто не могут выжить без еды. Различные этнические группы и культуры имеют свои собственные привычки в еде и традиции, и именно такое разнообразие культуры питания придаёт новый импульс развитию человеческой цивилизации и демонстрирует её в особенном свете.

Как один из мировых центров искусства и незаменимый полюс мировой культуры, Россия также обладает богатой и самобытной культурой питания. Культура питания в России обогащает культуры других стран. Провинция Хэйлунцзян на северо-востоке Китая граничит с Россией, поэтому она представляет собой один из центров культурного обмена между двумя странами. В истории китайской литературы многие писатели упоминали и описывали в своих произведениях распространение и проявление русской культуры питания в Китае. Среди них писательница Сяо Хун является типичным примером, поскольку, будучи уроженкой граничащей с Россией китайской провинции, она неизбежно упоминала культуру питания с русскими особенностями в её работах.

Сяо Хун в произведении «Чёрный хлеб и белая соль» (《黑列巴和白盐》) прямо использовала два самых традиционных и важных ингредиента русской культуры питания – хлеб и соль – в качестве названия своей работы. В этом кратком произведении описывается жизнь Сяо Хун и её возлюбленного Сяо Цзюнь в отеле «Европа». Герои очень бедны. Депрессивная жизнь вынудила их выбрать более простую и удобную русскую диету: «Чёрный хлеб и белая соль стали нашим единственным спасательным кругом на много дней» [1. с. 996]. Чёрный хлеб и белая соль – единственный выбор Сяо Хун в условиях финансовых ограничений, но эти два ингредиента также добавляют романтику в скучную и трудную жизнь. Лан Хуа (псевдоним Сяо Цзюня) имитировал сцену медового месяца в фильме, и, посыпав солью кусочек чёрного хлеба, попросил Сяо Хун откусить

кусочек, а затем съел остальную часть хлеба. Это, несомненно, привнесло немного света в тёмную жизнь. Такого рода привычки в еде также упоминаются в работе «Отель Европа» (《欧罗巴旅馆》) того же периода. Чёрный хлеб и соль не только являются основными продуктами питания, но и свидетельствуют об оптимизме Сяо Хун и Сяо Цзюня в трудные годы. Они показали, что, какой бы сложной ни была ситуация, пара всегда стремилась сохранить романтические отношения.

«Сейчас ещё раннее утро, и в проходе недостаточно света. Но в некоторых комнатах уже повесили на дверь надпись бублик... Для меня это очень заманчиво, как будто я почувствовала пшеничный аромат бублика, как будто мне на нос повесили гирлянду жирных круглых закусок» [1. с. 985]. В произведении «Он пошёл найти работу» (《他去追求职业》) Сяо Хун рассказывает о таком виде еды, который называется бубликом. Ранним утром Сяо Хун почувствовала запах пшеницы, исходящий от бубликов. Эта русская закуска пробудила в ней голод, но она была так бедна, что не могла её купить. Из этого также видно, что в то время в Хэйлунцзяне этот продукт русской кухни широко использовался местными жителями в качестве завтрака, что также было воплощением локализации русской культуры питания.

Сяо Хун также упомянула в произведении «Брошюра» (《册子》), что её работа будет опубликована. В тот день, когда она посетила типографию, она «заранее поела иностранные баоцзы. Лан Хуа сказал, что пришёл поздравить меня с выходом в свет брошюры и попросил того человека налить два бокала водки» [1. с. 983]. «Иностранные баоцзы» здесь – это пирожки, русская домашняя закуска, которую распространяли русские эмигранты, поселившиеся в Харбине. Для Сяо Хун, несомненно, иметь возможность есть пирожки – роскошь. А водка – крепкий алкоголь, который пользуется огромной популярностью в России. В то время её также любили жители Хэйлунцзяна и даже Северо-Восточного Китая. Сяо Хун иногда использовала водку как средство для празднования и веселья, и

это также доказывает, что она относилась к этому традиционному русскому алкогольному напитку как к предмету роскоши и духовного комфорта.

Сяо Хун большую часть жизни прожила тяжёлый период в Хэйлунцзяне, и у неё не было возможностей сходить в ресторан русской кухни. Однако благодаря простому русскому питанию её произведения не только отражают влияние русской культуры на Хэйлунцзян и даже Северо-Восточный Китай, но и отражают отношение Сяо Хун к жизни. Она не боялась трудностей и проявляла оптимизм в трудные годы. Таким образом, из этого можно сделать выводы:

1. В произведениях Сяо Хун русская культура питания в основном представлена читателям самыми основными ингредиентами и простыми блюдами.

2. Русская культура питания в произведениях Сяо Хун – это, в основном, образ жизни, который преклоняется перед бедностью, но в этом простом образе жизни может отразиться страстное, романтическое и оптимистичное отношение Сяо Хун и её возлюбленного к жизни.

3. Местная культура питания провинции Хэйлунцзян, воплощённая в произведениях Сяо Хун, имеет ярко выраженные русские черты. Можно сказать, что культура питания провинции Хэйлунцзян хорошо инкорпорирует русскую культуру питания, и это отражает глубокое влияние русской культуры на Северо-восток Китая.

В последнее время отношения между Китаем и Россией постепенно становятся более тесными. С быстрым развитием отношений между двумя странами Китай и Россия укрепили обмены в политической, экономической и культурной областях. Культура, как незаметная социальная сила, играет важную роль в китайско-российских отношениях. «Разнообразие и взаимодополняемость мировых культур постепенно стали консенсусом людей всех этнических групп в мире» [2. с. 9]. Процесс современной глобализации неизбежно создал глобализацию в сфере культуры. Межкультурная коммуникация в различных странах мира также привнесла новый взгляд в понимание современного общества и международных отношений. Теперь, не только с точки зрения культуры питания, Китай и Россия также проводят такие мероприятия, как «годы культуры» и другие,

направленные на укрепление народных культурных обменов между двумя странами. Поэтому многие элементы китайской культуры также можно увидеть в русской литературе. Мы твёрдо уверены, что культурные обмены между двумя странами будут становиться все теснее и теснее, а отношения – все более гармоничными.

Список литературы:

1. Полное собрание сочинений Сяо Хуна./ Издательство Харбин, 1991 – 1356 с.
2. Чжан Гунцзинь, Дин Шицин, Лингвокультурология: учеб. пособие./ Издательство Образование и наука, 2004. – 275 с.

СЕКЦИЯ
«ЛИНГВИСТИКА»

**ОСОБЕННОСТИ АНГЛО-РУССКОГО ПЕРЕВОДА
В ЮРИДИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

Мавлонзода Имомберди Мухаммади

*студент,
Набережночелнинский институт – филиал
Казанского (Приволжского) федерального университета,
РФ, г. Набережные Челны
E-mail: Mb10118b@mail.ru*

Гильфанова Гульнара Тавкильевна

*научный руководитель, канд. филол. наук, доц.,
Набережночелнинский институт – филиал
Казанского (Приволжского) федерального университета,
РФ, г. Набережные Челны*

**FEATURES OF ENGLISH-RUSSIAN TRANSLATION
IN THE LEGAL FIELD**

Imomberdi Mavlonzoda

*Student,
Naberezhnye Chelny Institute – branch
of Kazan Federal University,
Russia, Naberezhnye Chelny*

Gulnara Gilfanova

*Scientific supervisor, Ph.D.
Philol. sciences, Associate Professor,
Naberezhnye Chelny Institute – branch
of Kazan Federal University,
Russia, Naberezhnye Chelny*

АННОТАЦИЯ

Актуальность англо-русского перевода. Отличительные особенности перевода. Юридический перевод. Сравнение английского и русского перевода. Результаты исследования.

ABSTRACT

The relevance of the English-Russian translation. Distinctive features of the translation. Legal translation. Comparison of English and Russian translations. The results of the study.

Ключевые слова: сфера, перевод, язык, специфика, толкование.

Keywords: scope, translation, language, specifics, interpretation.

Проблема англо-русского перевода в юридической сфере является одной из наиболее актуальных. Повышенный интерес к специфике юридического перевода вызван тем, что эквивалентность перевода юридических документов влияет на успех в совершаемых юридических сделках и даже во взаимоотношениях между разными странами. Юридическая сфера в английском и русском языках обнаруживает значительные различия, что вызвано историей развития общества и языка в целом, а также разными культурными особенностями юриспруденции в России и англоязычных странах. В связи с этим проблема перевода в юридической сфере особенно актуальна в современной теории и практике перевода. [1, с. 244]. Это связано с тем, что от переводчика необходимо глубоких знаний в области права, юриспруденции, а также в области лингвистики и переводоведения. Целью работы является выявление отличительных особенностей юридического стиля и их перевода, принимая во внимание различия в английской и русской юридической сфере.

Перевод документов, как правило, выполняется в письменном виде – в этом случае необходимо постоянное наличие переводимого документа у переводчика в процессе работы. Зачастую, "для перевода договоров и документов специализированной тематики необходима работа по редактированию текстов документа (юридический перевод) и помощь носителя языка для проверки соответствия деловым нормам написания". При переводе договоров и различных учредительных документов применяется особая форма для скрепления страниц оригинала и пе-

ревода. Особенности перевода договоров и документов перед процедурой легализации заключаются в следующем. Страны назначения в основном принимают к рассмотрению документы, которые переведены на государственный язык этой страны. Но перевод документов может быть произведен как до легализации, так и после нее – следует просто знать, что перевод договоров и документов будет необходим в любом случае. Сам документ можно перевести до легализации и затем легализовать его вместе с обычным или юридическим переводом.

Одной из отличительных черт юридической терминологии является их частая интернациональность. Передача интернациональных английских терминов юридической сферы на русский язык осуществляется за счет транскрипции, которая представляет собой процесс и результат переноса характеристики устной речи средствами особой системы.

Отметим, что перевод в юридической сфере требует точности и правильного использования терминологии. Рассмотрим особенности англо-русского перевода в юридической сфере. Самое необходимое это точность терминологии. Важно точно переводить юридические термины, чтобы избежать искажений значения. К примеру, "суд" не всегда переводится как "court", иногда "court" переводится как "судебная инстанция". Кроме того, соответствие законодательству. Перевод должен соответствовать законодательству страны, для которой выполняется перевод. Например, система права в США отличается от системы права в России, тем самым это может отразиться на переводе.

Следующая особенность это понимание культурных отличий. Понимание культурных различий между странами помогает правильно интерпретировать и переводить тексты. К примеру, концепция "due process" в США имеет свои эквиваленты в российском праве, но формулировка может отличаться. Также юридические документы имеют свою специфическую структуру и стиль, который также должен отражаться в переводе. Например, использование формального языка и строгой логики. Подчеркнем, что перевод должен быть прецизионным и не допускать двусмысленности. Даже маленькая ошибка или неточность может иметь серьезные последствия.

Одной из особенностей, следует отметить, консистентность. Оно выражается в том, чтобы термины и выражения переводились одинаково на протяжении всего документа или проекта, чтобы избежать путаницы и неоднозначности. [2, с.422] Переводчики в юридической сфере часто используют специализированные ресурсы, такие как юридические словари и базы данных, чтобы обеспечить точность и соответствие. При переводе юридических документов часто полезно иметь доступ к параллельным текстам или сопоставляемым документам на обоих языках. Это помогает переводчику понять контекст и правильно интерпретировать термины и выражения. Важно найти наиболее точные эквиваленты юридических терминов на обоих языках. Иногда это может быть сложно из-за различий в правовых системах и культуре. Поэтому переводчик должен иметь глубокое понимание обоих языков и юридических терминов. Существует множество юридических глоссариев и словарей, которые помогают переводчикам найти соответствующие термины и выражения. Эти ресурсы часто содержат определения, контексты использования и примеры, что делает их ценным инструментом при переводе.

Учет лингвистических особенностей выражает то, что каждый язык имеет свои уникальные лингвистические особенности, которые могут влиять на перевод. Например, в английском языке часто используются пассивные конструкции, в то время как в русском языке предпочтительнее активные конструкции. Переводчик должен учитывать эти различия, чтобы сохранить ясность и структуру текста. Немало важную роль играет профессиональная компетентность. [3, с.543] Переводчики в юридической сфере должны обладать не только отличными знаниями языка, но и глубоким пониманием юридических понятий, процессов и систем обеих стран. Это помогает им производить точные и качественные переводы юридических документов.

Исходя из всего вышеизложенного, следует подчеркнуть, Таким образом, проведенный анализ перевода правовых документов показал, что специфика юридических текстов диктует необходимость применения переводческих транс-

формаций, в большей части случаев перевода возможно использование калькирования, но также распространены заимствование, адаптация и прочие методы перевода. Немаловажным является и то, что в силу своей информативности, правовые документы надлежит переводить максимально точно, наиболее приближенно по смыслу к тексту оригинала. Здесь и возникает вопрос об адекватности и эквивалентности перевода как основном условии воспроизведения функциональной направленности переводимого текста.

Список литературы:

1. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. М.: Academia, 2006
2. Панкратова Е.А. Особенности межкультурной коммуникации специалистов юридического профиля // Языки профессиональной коммуникации: Материалы международной научной конференции/ Отв. ред. Е.И. Голованова. Челябинск, 2003
3. Эльгер П.А. Исследование стилистических особенностей юридической документации на материалах англоязычных правовых документов. Диссертация. Караганда: Изд-во КарГУ им. Е.А. Букетова, 2007

ЭВФЕМИЗМЫ В МАСС-МЕДИА: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Синицына Анастасия Евгеньевна

*студент,
кафедра «Иностранные языки»,
Московский информационно-
технологический университет МАСИ,
РФ, г. Москва
E-mail: stasya2002_10@mail.ru*

EUPHEMISMS IN MASS MEDIA: A FUNCTIONAL ASPECT

Anastasia Sinitsyna

*Student,
Department of Foreign Languages,
Moscow Information
Technology University MASI,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены некоторые особенности современного медиадискурса. Представлена авторская интерпретация функций эвфемизмов. Приведены примеры использования эвфемизмов в современных англоязычных медиа. Функционирование эвфемизмов рассмотрено в контексте общественных отношений.

ABSTRACT

Some features of modern media discourse have been considered. The author's interpretation of the functions of euphemisms has been presented. Some examples of the use of euphemisms in modern English-language media have been given. The functioning of euphemisms has been considered in the context of social relations.

Ключевые слова: эвфемизм; масс-медиа; функция; дискурс.

Keywords: euphemism; mass media; function; discourse.

Современный медийный дискурс отличается плюрализмом, который детерминируется развитием общества и государства. Общество XXI века состоит из множества групп интересов, которые вступают в политические и экономические

взаимоотношения. Неотъемлемой частью борьбы за ресурсы (как власть, так и деньги), является медийный дискурс. Мы исходим из того, что газеты, журналы, телеканалы, интернет-ресурсы, телеграм-каналы и иные медиа отстаивают определённую точку зрения, которая не только выгодна их владельцам, но и удовлетворяет потребности целевой аудитории. Соответственно, во многих странах можно найти средства массовой информации, освещающие текущие события с различных политических позиций. Это можно заметить, изучая медийный дискурс США, Великобритании, Австралии и других англоязычных стран.

При этом стоит отметить, что в целом медийный дискурс в любой (или почти любой) стране мира подчиняется определённым правилам. Это связано с консенсусом, позволяющим обществу и политической системе поддерживать минимальное равновесие. Современный англоязычный дискурс в западных странах тесно связан с ценностями толерантности, плюрализма, отказа от языка ненависти. По крайней мере, упомянутые ценности декларируются в этих странах (мы осознаём, что полный отказ от *hate speech* невозможен). Следовательно, средства массовой коммуникации следуют определённым правилам, одно из важнейших из которых – использование эвфемизмов. О.В. Лапунова и Н.М. Шкурская определяют эвфемизм как «нейтральное по смыслу и эмоциональной оценке слово или выражение, которое обычно используют в текстах и фразах для замены тех выражений и слов, которые считаются оскорбительными или неуместными» [2, с. 119]. Другие авторы также предлагают собственные определения эвфемизмов.

Аналогичным образом мы можем наблюдать плюрализм подходов к выделению функций эвфемизмов. Так, З.Р. Ахмедова, рассматривая функциональные аспекты использования англоязычных эвфемизмов, сводит их функционал к трём задачам: 1) смягчение неприятного слова для говорящего; 2) смягчение аналогичного слова для собеседника; 3) сокрытие реальности [1, с. 94]. Мы полагаем, что первую и вторую задачи в данном контексте можно считать одной, отождествив её с собственно-эвфемистической функцией, выделенной Н.А. Резни-

ковой и А.С. Пташкиным, которые рассматривали также интенциональную, социально-регулятивную, контактоустанавливающую, экспрессивную, эстетическую функции [3].

Стоит отметить, что в одной и той же статье может использоваться как эвфемизм, так и стилистически нейтральное слово. Например, статья в *Times of India*, посвящённая смерти Г. Киссинджера, была озаглавлена так: *Henry Kissinger, singular US diplomat, **dead** at 100* (нейтральное слово). Но первое предложение текста статьи сформулировано уже с использованием эвфемизма: *Henry Kissinger, the former US Secretary of State, **passed away** at the age of 100* [7]. Данный эвфемизм выполняет, к примеру, собственно-эвфемистическую функцию, помогая избежать излишне частого повторения слова «умирать». Контакттоустанавливающая и социально-регулятивная функции заключаются, по нашему мнению, в следовании общественному консенсусу относительно избегания прямой номинации понятий, связанных со смертью. Эстетическая же функция выражается в замене прямой номинации на более поэтическое выражение.

В материалах BBC находим предложение: *More than 20 **senior citizens** have made a documentary about the train journeys of their youth, as a way of reducing loneliness* [5]. Мы полагаем, что *senior citizens* – это эвфемизм, используемый вместо *old people* или *the elderly*. Данный эвфемизм выполняет, по-видимому, те же функции, что и упомянутый выше.

В общественно-политической жизни эвфемизации часто подвергаются слова, связанные с решениями власти. Так, в статье об «антикарантинных» протестах в Китае авторы пишут о реакции китайских властей на них: *Beijing responded by relaxing some of the most **unpopular measures*** [6]. Здесь можно увидеть, помимо прочего, функцию сокрытия реальности: вместо перечисления конкретных ограничительных мер авторы называют их *unpopular measures* (даже не *restrictive*). Отметим, что словосочетание «непопулярные меры» также распространено в русскоязычном медийном дискурсе. С. Сич-Загорщак, анализируя этот эвфемизм, отмечает формальный характер улучшения денотата (понятие

улучшается автором лишь формально, а читателю понятно, о чём идёт речь) [4, с. 240].

Таким образом, эвфемизмы в англоязычном дискурсе были и остаются важным средством, позволяющим корректировать подачу информации и управлять эмоциональным восприятием сообщений масс-медиа. Мы полагаем, что исследования функциональных аспектов использования эвфемизмов останутся актуальными в обозримой перспективе, а новые подходы к определению их функций в сочетании с постоянно возрастающим объёмом эмпирического материала обогатят научную дискуссию относительно рассмотренной нами проблематики.

Список литературы:

1. Ахмедова З.Р. Функциональные аспекты эвфемизмов в современном английском языке // Вестник КазНУ. Серия филологическая. – 2019. – № 4 (176). – С. 92-97.
2. Лапунова О.В., Шкурская Н.М. Эвфемизация как одна из сторон проявления явления политкорректности // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 окт. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: О.И. Уланович (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2018. – С. 118-122.
3. Резникова Н.А., Пташкин А.С. Функциональные особенности эвфемизмов в политическом дискурсе (на материале выступлений американских и британских политиков) // Вестник ТГПУ. – 2014. – Вып. 4 (145). – С. 40-43.
4. Сич-Загорщак С. О политических эвфемизмах в современном русском языке // *Croatica et Slavica Iadertina*. – 2009. – Vol. 5. – No. 5. – P. 235-249.
5. Bath: Senior citizens make film to tackle loneliness // BBC. – URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-somerset-64888668> (date of access: 16.02.2024).
6. Fleeing China's Covid lockdowns for the US – through a Central American jungle // BBC. – URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-64008633> (date of access: 16.02.2024).
7. Henry Kissinger, singular US diplomat, dead at 100 // Times of India. – URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/world/us/henry-kissinger-singular-us-diplomat-dead-at-100/articleshow/105606928.cms> (date of access: 16.02.2024).

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ИЗВЕСТНОСТИ ТОРГОВОЙ МАРКИ

Галиоскарова Ирина Рустамовна

*студент,
кафедра рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: ira.galioskarova@yandex.ru*

RESEARCH ON THE LEVEL OF BRAND AWARENESS

Irina Galiaskarova

*Student,
Department of Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию уровня известности торговой марки среди потребителей. В рамках работы проведено исследование с использованием опроса, анализа данных и статистических методов. Целью исследования было выявление степени знакомства целевой аудитории с торговой маркой.

ABSTRACT

The article is devoted to the study of the level of brand awareness among consumers. As part of the work, a study was conducted using a survey, data analysis and statistical methods. The purpose of the study was to identify the degree of familiarity of the target audience with the brand.

Ключевые слова: торговая марка, известность, потребители, исследование, опрос, анализ данных, узнаваемость.

Keywords: brand, fame, consumers, research, survey, data analysis, recognition.

Рассмотрим в начале, понятие «торговая марка». Миланович Р. дает следующие определение торговой марке. «Торговая марка или торговый знак представляют собой ключевые компоненты бренда, включающие в себя название и символ, предназначенные для идентификации товара и выделения его среди конкурирующих продуктов» [4]. Обязательным элементом является уникальный знак, размещаемый на товаре для обеспечения его узнаваемости.

Получение маркетинговой информации об узнаваемости бренда/торговой марки необходимо для оценки позиции компании на рынке. Результаты подобных исследований оказывают влияние на следующие аспекты [1].

Для выполнения исследования известности торговой марки часто используют онлайн-опросы или традиционные личные интервью. Путем сбора данных из опросов можно точно определить, какую марку предпочитают потребители и почему.

Нами было проведено исследования по выявлению уровня известности торговой марки Luxvisage.

Компания ООО «Люкс Визаж» основана в 2001 году и в настоящее время является одним из лидеров на белорусском косметическом рынке. На российском косметическом рынке у данной марки есть множество конкурентов, как отечественных производителей, так и зарубежных.

Из проведенного опроса было выделено 2 проблемы.

Проблема 1. Проблема, с которой сталкивается бренд декоративной косметики Luxvisage, заключается в недостаточной осведомленности потребителей о марке через рекламу. Информация о продукции данного бренда в основном распространяется непосредственно в косметических магазинах и рекомендациями, в то время только 5,9% респондентов получили информацию о марке из рекламы.

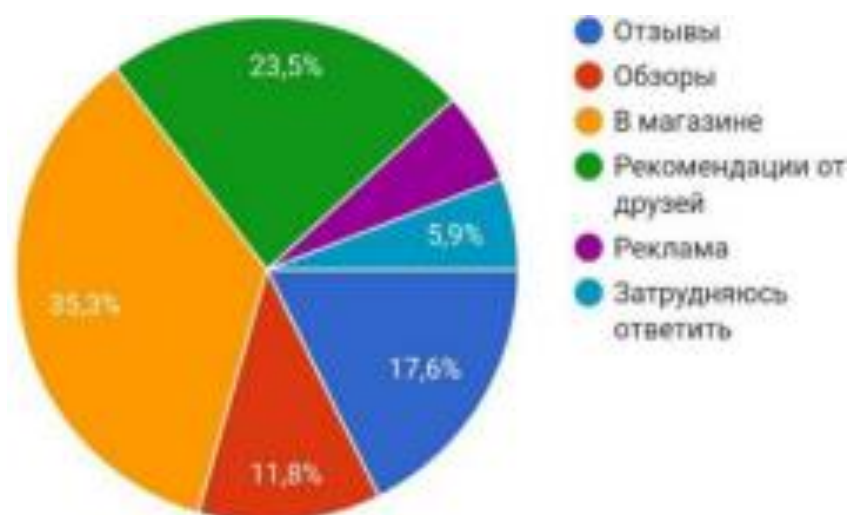


Рисунок 1. Осведомленность о марке Luxvisage через

Недостаток информации о марке Luxvisage через рекламу может быть вызван различными факторами, такими как недостаток бюджета для рекламных компаний, неправильное направление рекламных усилий или недостаточным привлекательностью рекламных материалов.

Проблема 2. Проблема, с которой сталкивается бренд декоративной косметики Luxvisage, состоит в том, что респонденты, основываясь на проведенном исследовании, приобретают и знают только те продукты, которые являются раскрученными в марке Luxvisage.

Это означает, что меньшая часть ассортимента марки, которая может быть менее популярной или менее известной, получает недостаточное внимание потребителей. Такая ситуация может негативно сказываться на известности и популярности.

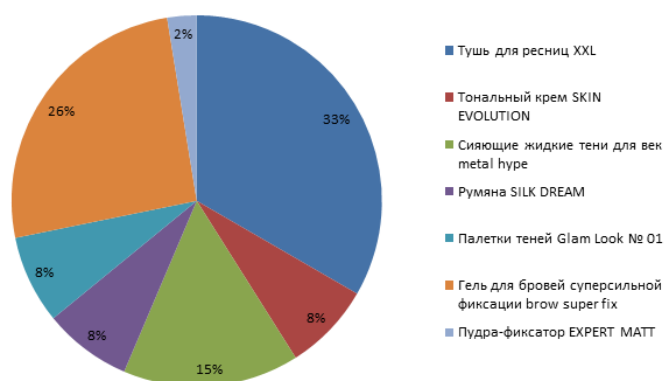


Рисунок 2. Приобретение косметических средств марки Luxvisage

Возможными причинами такой проблемы могут быть недостаточное продвижение и реклама менее популярных продуктов в ассортименте Luxvisage. Также, это может быть связано с отсутствием информации и знаний у потребителей о тех продуктах, которые могут быть менее видимыми из-за ограниченного раскрученного статуса.

Эти проблемы могут привести к снижению известности и привлекательности бренда Luxvisage для широкой аудитории, поскольку рекламные кампании имеют большой потенциал воздействия на поведение и предпочтения потребителей.

Список литературы:

1. Загребина И. Что такое узнаваемость бренда и как её повысить [Электронный ресурс]. // Яндекс Практикум. – 2023. – URL:<https://practicum.yandex.ru/blog/uznavaemost-brenda-kak-ee-povysit/#chto-takoe>
2. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 595 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/508855> – Текст: электронный
3. Кузьмина Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. – М: Изд-во Юрайт, 2021. – 419 с.
4. Милович Р. Роль торговой марки в маркетинге [Электронный ресурс]. // Zachnik – URL:<https://zachnik.com/spravochnik/marketing/brand-marketing/torgovaja-marka>
5. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 342 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510837> – Текст: электронный.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Рейнгард Дарья Александровна

*студент,
кафедра Рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: dariarein144@mail.ru*

MODERN METHODS OF CONSUMER RESEARCH

Daria Reingard

*Student,
Department of Advertising and PR,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В данной статье представлен обзор современных методик, использующихся при исследовании потребителей, включающий их описание, практическое применение и значимость для бизнеса.

ABSTRACT

This article provides an overview of modern techniques used in consumer research, including their description, practical application and business significance.

Ключевые слова: исследование потребителей, методики изучения потребителей, карта эмпаний, карта пути потребителя, метод JTBD.

Keywords: consumer research, consumer research techniques, empathy map, consumer journey map (CJM), JTBD method.

Исследование поведения потребителей представляет собой процесс анализа и понимания того, как люди принимают решения о покупке товаров и услуг. Такие исследования помогают организациям лучше понять предпочтения, потребности, мотивации и поведенческие особенности своих клиентов [3].

В современной реальности многие крупные компании, помимо традиционных методов исследования потребителей, таких как опрос, фокус-группа, интервью, эксперимент и др., стремятся применять более инновационные подходы для изучения своей аудитории [3]. Для наглядности, рассмотрим несколько примеров данных методик.

CJM или «Карта пути потребителя» – это метод исследования, который позволяет визуализировать и анализировать взаимодействие между клиентом и компанией на всех этапах процесса покупки, начиная с осознания потребности и заканчивая послепродажным обслуживанием [1].

CJM создается на основе исследований и аналитики с целью более глубокого понимания целевой аудитории и анализа их поведенческих особенностей, включая страхи, мотивы и ожидания клиентов. Этот метод позволяет прогнозировать все этапы в рамках пути пользователя, чтобы максимально приблизиться к реальному процессу покупки и минимизировать препятствия на данном пути.

Основные этапы для построения карты пути потребителя:

1. Исследование и сегментирование целевой аудитории, в ходе данного этапа определяются основные сегменты клиентов, их потребности и цели.

2. Выявление точек контакта, то есть мест, где клиент взаимодействует с продуктом или услугой, начиная от первого контакта и до завершения покупки.

3. Создание обзора взаимодействия, здесь составляется описание каждого этапа взаимодействия клиента с продуктом, его эмоции, возникающие потребности, уровень вовлеченности и удовлетворение.

4. Выявление проблемных зон, а именно, определение моментов, когда клиент сталкивается с трудностями или недовольством, как следствие, поиск путей их устранения.

5. Разработка улучшений – завершающий этап, включающий разработку улучшений на основе обнаруженных проблемных зон и потребностей клиентов для оптимизации взаимодействия клиента с продуктом или услугой [1].

Применение метода исследования CJM позволяет организациям получить глубокое понимание того, как клиенты взаимодействуют с их продуктами или

услугами на различных этапах клиентского пути, что, в свою очередь, помогает им улучшить качество своих продуктов и услуг, оптимизировать бизнес-процессы и повысить удовлетворенность клиентов.

Методика «Jobs to be Done» (JTBD) позволяет понять задачу или цель, которую клиент стремится достичь с помощью продукта или услуги. Основной упор в этом подходе делается на выявление и понимание реальных потребностей и проблем клиента с целью создания более эффективных и инновационных решений [1].

Метод JTBD включает в себя не только изучение самого продукта, но и контекста, в котором клиент его использует. Он помогает определить, каким образом клиент взаимодействует с продуктом, как он интегрирует его в свою повседневную жизнь и каким образом извлекает выгоду. Главный упор делается не на функциональные возможности или характеристики продукта, а на то, как он помогает клиенту решить определенную задачу или достичь поставленной цели.

Для осуществления методики на практике необходимо:

1. Определить целевую аудиторию и выделить ее сегменты.
2. Понять мотивацию представителей каждого сегмента и выявить задачи и проблемы, которые они хотят решить.
3. Изучить конкурентов и провести анализ предлагаемых ими продуктов или услуг в данной области.
4. Проработать собранную информацию и разработать job stories (подробные описания потребностей клиентов) и user stories (детальные описания продукта и его характеристик).
5. Сформулировать стратегическое направление – определить основные проблемы или потребности, которые покупателей должен решать с помощью продукта.
6. Разработать новый продукт или улучшить уже существующий, чтобы удовлетворить требования пользователей и решить их задачи, тем самым закрыть их потребности [1].

Метод JTBD может применяться для создания новых продуктов, анализа имеющихся продуктов и услуг, выявления конкурентных преимуществ, улучшения маркетинговых стратегий и разработки более актуальных и персонализированных предложений для клиентов.

Карта эмпатий представляет собой ещё один метод изучения потребителей и создания полного образа целевой аудитории. Путём использования этой карты можно погрузиться в мир и опыт пользователя, что способствует более глубокому пониманию его мотивации, проблем и потребностей [2].

Обычно карта эмпатий включает в себя следующие аспекты:

1. Восприятие целевой аудиторией окружающего мира (что они видят, чувствуют, слышат)
2. Мысли и эмоции целевой аудитории (их взгляды, эмоциональное состояние, страхи, потребности)
3. Речь и действия (что они говорят, делают)
4. Воздействие окружающих (мнения со стороны, влияние со стороны сверстников, семьи и т.д.)
5. Проблемы и вызовы, с которыми они сталкиваются (препятствия, проблемы, неудовлетворенные нужды)
6. Цели, которых они пытаются достичь (желаемые результаты, стимул к действию) [2].

В целом, карта эмпатии помогает более глубоко понять и удовлетворить потребности пользователей, разработать лучшие продукты и услуги, а также создать более эффективные маркетинговые стратегии.

Таким образом, мы рассмотрели наиболее востребованные методики исследования потребителей в настоящее время. Применение всех этих методик позволяет компаниям углубленно понять своих клиентов, определить потребности рынка и разработать успешные стратегии. Это способствует укреплению конкурентоспособности компаний и обеспечению более высокого уровня удовлетворенности клиентов.

Список литературы:

1. Мароян А.А. Новые технологии исследования потребителей // Via Scientiarum – Дорога знаний. – 2019. – № 3. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42577054_87620828.pdf (дата обращения: 15.02.2024).
2. Шевченко Д.А. Поведение потребителей: теория и практика Часть 1. // Личность. Культура. Общество. – 2017. – № 73. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-potrebitelskogo-povedeniya-kрупnyh-segmentov-rynka-v-rossii-pokolencheskiy-podhod> (дата обращения: 14.02.2024).
3. Чеглакова Л.С. Важнейшее направление маркетинговых исследований организации – изучение потребителя // Вестник магистратуры. – 2017. – № 5(4). [Электронный ресурс]. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_30406356_85886361.pdf (дата обращения: 13.02.2024).

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

**ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
НА МОТИВАЦИЮ СОТРУДНИКОВ**

Чжан Вэньсин

*магистрант,
факультет социологии и управления персоналом,
Институт финансово – экономических исследований,
Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск
E-mail: 112174090@qq.com*

Михайлова Анна Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук,
зав. кафедры социологии и управления персоналом,
Финансово-экономический институт,
Северо-Восточный федеральный
университет имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Якутск*

АННОТАЦИЯ

Концепция корпоративной культуры была впервые предложена американским ученым Уильямом Дейном, его исследования в начале XX века касались духовного измерения и социальной структуры предприятий, что можно рассматривать как раннюю форму корпоративной культуры. Понятие корпоративной культуры в широком смысле означает уникальную рабочую атмосферу, офисный дух, основные корпоративные ценности и так далее, сформированные предприятием в процессе долгосрочного функционирования. Уникальная корпоративная культура влияет на стиль ведения бизнеса и кодекс поведения предприятия. В то же время хорошая корпоративная культура позволяет добиться хороших стимулов для сотрудников предприятия. Корпоративная культура – это душа организации и символ основных ценностей, она играет важную роль в мотивации сотрудников. Целью данной статьи является глубокое изучение многоуровневого

влияния корпоративной культуры на мотивацию сотрудников, включая трудовую мотивацию, инновации и командную работу. На основе глубокого анализа корпоративной культуры мы рассмотрим, как достичь оптимальной мотивации сотрудников путем формирования позитивной корпоративной культуры.

Ключевые слова: мотивация сотрудников, корпоративная культура, сотрудники, корпоративные базовые ценности, рабочая атмосфера.

I. Влияние корпоративной культуры на трудовую мотивацию сотрудников

На большом этапе функционирования предприятия хорошая корпоративная культура подобна волнующей симфонии, ведущей мотивацию сотрудников и вливающей постоянный поток жизненной силы в организацию. Корпоративная культура – это не просто список лозунгов или ценностей, а духовная сила, глубоко укоренившаяся в ДНК организации. В этом разделе мы более подробно рассмотрим влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников в различных аспектах.

1.1. Идея корпоративной культуры ведет к мотивации труда

Основная концепция корпоративной культуры часто является ориентиром для поведения сотрудников. Когда корпоративная культура содержит положительные ценности, поощряет инновации и уважает сотрудников, работникам легче найти свои собственные ценности на работе. Например, некоторые успешные компании, такие как Google*, известны своей "другой" рабочей средой, сотрудники охотнее бросают себе вызов в такой культурной атмосфере, стремясь к совершенству.

1.2. Взаимосвязь между идентичностью и трудовой мотивацией

Важной частью корпоративной культуры является чувство идентичности сотрудников с организацией. Когда сотрудники глубоко понимают корпоративную культуру и идентифицируют себя с ней, они с большей вероятностью будут посвящать себя работе. Чувство идентичности играет ключевую роль в стимулировании трудовой мотивации, поскольку сотрудники работают не только ради выполнения своих обязанностей, но и ради общей идеи.

1.3. Соответствие между механизмом вознаграждения и корпоративной культурой

Органичное сочетание корпоративной культуры и механизма вознаграждения может максимально повысить мотивацию сотрудников. Когда корпоративная культура делает акцент на общей борьбе и командной работе, механизм вознаграждения может быть выстроен таким образом, чтобы больше внимания уделялось командным достижениям и совместным усилиям, что позволит сотрудникам получить большее чувство достижения и удовлетворения от общей цели.

1.4. Непрерывное формирование корпоративной культуры и мотивации сотрудников

Корпоративная культура не является статичной, она должна развиваться и адаптироваться к изменениям. В процессе постоянного создания позитивной корпоративной культуры сотрудники будут чувствовать заботу и приверженность организации, что будет способствовать усилению спонтанной мотивации к работе. Благодаря регулярным культурным мероприятиям, обучению и общению, организации могут постоянно усиливать влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников.

1.5. Взаимодействие между корпоративной культурой и трудовой мотивацией сотрудников

В конечном счете, корпоративная культура и трудовая мотивация сотрудников – это интерактивные отношения. Корпоративная культура формирует отношение к работе и поведение сотрудников, а поведение сотрудников, в свою очередь,

влияет на формирование и развитие корпоративной культуры. Этот динамичный процесс взаимодействия представляет собой замкнутый круг, который создает более сплоченную и конкурентоспособную культурную атмосферу в организации.

Глубоко понимая влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников, организации могут более точно регулировать направление культурного строительства для лучшего удовлетворения потребностей сотрудников, достигая тем самым наилучших результатов в мотивации персонала.

II. Влияние корпоративной культуры на способность сотрудников к инновациям

Инновации являются ключевым элементом непрерывного прогресса предприятий и поддержания их конкурентоспособности, а корпоративная культура играет решающую роль в стимулировании инновационных способностей сотрудников. В этой части мы рассмотрим, как корпоративная культура непосредственно формирует и направляет страсть сотрудников к инновациям, создавая тем самым устойчивый инновационный драйв для организации.

2.1. Интеграция открытой корпоративной культуры и инновационного мышления

Открытая корпоративная культура поощряет сотрудников пробовать новые идеи и оспаривать традиционные концепции. Такая культура создает среду, которая принимает различные точки зрения, заставляя сотрудников охотнее выходить из своей зоны комфорта и пробовать инновационные решения. Google* – пример компании, которая в полной мере воплощает открытую культуру; ее офисная среда и культурная политика поощряют сотрудников свободно выражать свои мысли и делиться новыми идеями.

2.2. Созвучие между корпоративной культурой и инновационной культурой

Существует тесная связь между инновационными элементами корпоративной культуры и культурой инноваций. Корпоративная культура, которая поощ-

ряет сотрудников пробовать новые подходы и постоянно учиться, помогает создать культуру, способствующую инновациям. Такая культура, в которой неудача рассматривается как часть обучения, а не как объект наказания, вдохновляет сотрудников смелее осваивать новые области и покорять инновационные вершины.

2.3. Элементы корпоративной культуры, стимулирующие стремление к инновациям

Конкретные элементы культуры компании, такие как ценности, поощряющие командную работу, самостоятельность в принятии решений и быстрое реагирование на изменения рынка, могут напрямую стимулировать стремление сотрудников к инновациям. Такая культура создает почву для инноваций, позволяя сотрудникам чувствовать, что у них есть право пробовать новые подходы и поддержка в принятии рисков.

2.4. Стимулирующий механизм корпоративной культуры и результаты инновационной деятельности

Инновации не возникают в одночасье, они требуют механизма поддержки и стимулирования. Механизм стимулирования в корпоративной культуре может быть установлен в форме, более склонной к поощрению инновационных достижений, такой как вознаграждение за инновации и патентные вознаграждения. Это может не только вдохновить сотрудников на более активное участие в инновационной деятельности, но и обеспечить существенное признание их усилий.

2.5. Изменения и непрерывные инновации в корпоративной культуре

Поскольку рынок продолжает меняться, корпоративная культура также должна постоянно меняться, чтобы адаптироваться к новым вызовам. Непрерывное изменение корпоративной культуры помогает сохранить инновационную мощь организации. Создавая гибкую и адаптируемую корпоративную культуру, сотрудники с большей вероятностью будут следовать за темпами развития рынка и создавать более конкурентоспособные и инновационные продукты и услуги для организации.

Благодаря более глубокому пониманию далеко идущего влияния корпоративной культуры на способность сотрудников к инновациям, организации могут создавать и адаптировать культурные элементы более целенаправленно, чтобы стимулировать стремление сотрудников к инновациям и обеспечить мощную поддержку инновационному организационному развитию.

III. Влияние корпоративной культуры на командную работу

В организациях командная работа является одним из основных элементов, обеспечивающих успех проекта и достижение стратегических целей. Корпоративная культура играет ключевую роль в формировании сотрудничества и командной работы среди сотрудников. В этом разделе мы рассмотрим, как корпоративная культура влияет на командную работу и как можно создать положительный культурный климат для достижения наилучших результатов совместной работы.

3.1. Общие ценности и сплоченность коллектива

Общие ценности корпоративной культуры могут быть важным фактором сплоченности коллектива. Когда сотрудники находят в корпоративной культуре идеи, которые совпадают с их собственными ценностями, они охотнее работают вместе и формируют сплоченные команды. Такие общие ценности способствуют доверию и взаимопониманию между сотрудниками, создавая хорошую основу для командной работы.

3.2. Позитивная коммуникация и поток информации

От того, насколько позитивные коммуникации поддерживаются в корпоративной культуре, напрямую зависит эффективность командной работы. Создавая открытый и прозрачный механизм коммуникации, компании могут побудить членов команды быть более активными в обмене информацией и координации своей работы. Эффективная передача информации помогает избежать информационных барьеров, повысить эффективность работы команды и добиться более совместного стиля работы.

3.3. Принятие разнообразия и командные инновации

Разнообразие – ключевой фактор, способствующий командным инновациям, а корпоративная культура, поощряющая разнообразие, может значительно облегчить командную работу. Когда корпоративная культура уделяет внимание и уважает разнообразие опыта, взглядов и навыков своих сотрудников, члены команды с большей вероятностью будут проявлять креативность и гибкость, тем самым внося уникальный вклад в достижение общих целей команды.

3.4. Согласование целей команды с корпоративным видением

Цели и видение корпоративной культуры непосредственно определяют постановку и достижение целей команды. Если корпоративная культура подчеркивает совместное стремление к таким ценностям, как совершенство, инновации и удовлетворенность клиентов, члены команды с большей вероятностью будут созвучны этим целям и создадут тесную синергию усилий. Такая согласованность позволяет команде лучше интегрироваться в стратегическое видение организации в целом.

3.5. Изменения в корпоративной культуре и постоянная оптимизация командной работы

По мере изменения требований рынка и организационного развития корпоративная культура должна постоянно меняться, чтобы соответствовать новым вызовам. В процессе изменения культуры особое внимание необходимо уделять командной работе, чтобы обеспечить гибкую адаптацию команд к изменениям и постоянное улучшение синергии.

Глубоко понимая влияние корпоративной культуры на командную работу, организации могут лучше ориентироваться на культурные элементы, чтобы создать среду, благоприятную для командной работы и инноваций. Укрепляя позитивный культурный климат, организации могут добиться более эффективной командной работы и, таким образом, оставаться впереди в условиях конкуренции на рынке.

IV. Важность формирования позитивной корпоративной культуры

Формирование корпоративной культуры – один из ключей к организационному успеху, особенно в плане влияния на мотивацию сотрудников. Формирование позитивной корпоративной культуры предполагает не только принятие решений руководством, но и согласованные усилия всех сотрудников. В этом разделе мы рассмотрим важность формирования позитивной корпоративной культуры и ключевые факторы, на которых руководство должно сосредоточиться в этом процессе.

4.1. Формирование стиля руководства

Лидерство играет ключевую роль в формировании корпоративной культуры, а стиль руководства напрямую влияет на атмосферу в организации. Для формирования позитивной корпоративной культуры необходимо руководство, которое уделяет внимание развитию сотрудников, заботится об их потребностях и уважает различные точки зрения. Демонстрационный эффект лидеров имеет решающее значение для формирования у сотрудников позитивных моделей поведения.

4.2. Создание механизмов коммуникации

Позитивная корпоративная культура требует создания открытых и прозрачных механизмов коммуникации. Руководство должно активно рассказывать сотрудникам о видении организации, ее ценностях и о том, как они должны участвовать в реализации этого видения. Регулярные собрания коллектива и создание коммуникационных платформ – ключевые шаги в создании здорового механизма коммуникации.

4.3. Оптимизация системы вознаграждения

Система вознаграждения является частью корпоративной культуры и играет непосредственную роль в мотивации сотрудников. Руководству необходимо обратить внимание на то, соответствует ли механизм вознаграждения корпоративной культуре и может ли он вдохновить сотрудников на более активное участие

в работе. Позитивная корпоративная культура подчеркивает важность командной работы и индивидуального вклада, и система вознаграждения должна справедливо отражать эти ценности.

4.4. Формирование культуры обучения

Позитивная корпоративная культура должна способствовать обучению и постоянному совершенствованию. Руководство должно поддерживать участие сотрудников в обучении, предоставлять ресурсы для обучения, а также создавать среду, в которой сотрудники не боятся пробовать новые подходы и приобретать новые навыки. Развитие культуры обучения помогает сотрудникам оставаться конкурентоспособными в условиях меняющегося рынка.

4.5. Совместное построение и обмен корпоративной культурой

Формирование корпоративной культуры – это процесс совместного строительства и обмена опытом, в котором должны участвовать все сотрудники. Руководство должно прислушиваться к сотрудникам, понимать их потребности и ожидания и делать корпоративную культуру более соответствующей ценностям сотрудников. Благодаря совместному построению и обмену опытом сотрудники с большей вероятностью будут идентифицировать себя с корпоративной культурой и, следовательно, активнее интегрироваться в нее.

4.6. Непрерывное совершенствование процесса формирования культуры

Корпоративная культура – это развивающийся процесс, и руководство должно понимать, что построение культуры не является статичным. Регулярная оценка культуры, сбор отзывов сотрудников и своевременная корректировка – все это ключевые шаги для обеспечения постоянной оптимизации культуры. Руководству необходимо быть чутким и гибким к изменениям в организации и сотрудниках.

Формируя позитивную корпоративную культуру, организации могут стимулировать потенциал своих сотрудников, повышать сплоченность персонала и, в свою очередь, улучшать общие показатели. Внимание и усилия руководства иг-

рают ключевую роль в этом процессе, его решения и поведение напрямую формируют культурный климат организации и обеспечивают позитивную рабочую среду для сотрудников.

Заключение

Влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников – это обширная и далеко идущая тема, и, изучив различные аспекты ее влияния, мы сможем получить более полное представление о важности корпоративной культуры в организациях. В данной статье мы рассмотрели влияние корпоративной культуры на мотивацию сотрудников, инновации и командную работу, а также подчеркнули важность формирования позитивной корпоративной культуры.

Корпоративная культура, являющаяся душой организации, оказывает глубокое влияние на мотивацию сотрудников. Общие ценности и философия могут вдохновить сотрудников на то, чтобы найти чувство принадлежности и достижения в своей работе. Руководству необходимо сосредоточиться на формировании общих ценностей при построении корпоративной культуры и обеспечить сотрудникам позитивную рабочую атмосферу с помощью стиля руководства и механизмов позитивного общения.

Инновации – это движущая сила устойчивого развития предприятия, а корпоративная культура оказывает непосредственное формирующее влияние на инновационные способности сотрудников. Открытая корпоративная культура, уважение к разнообразию и создание стимулов могут стимулировать инновационный потенциал сотрудников. Формирование корпоративной культуры, поощряющей инновации, позволяет организациям быть более гибкими и перспективными на конкурентном рынке.

Командная работа – краеугольный камень успеха бизнеса, и влияние корпоративной культуры на командную работу имеет решающее значение. Общие ценности, позитивные механизмы коммуникации и согласованные цели команды – все это может способствовать ее формированию и развитию. Формирование позитивной корпоративной культуры позволяет организациям преодолевать ведомственные барьеры и формировать команды с высоким уровнем сотрудничества, которые работают вместе для достижения стратегических целей организации.

Лидерство играет ключевую роль в формировании корпоративной культуры. Такие факторы, как стиль руководства, механизм коммуникации и система вознаграждения, напрямую влияют на формирование и развитие корпоративной культуры. Создавая корпоративную культуру и разделяя ее, руководство может прислушиваться к мнению сотрудников и постоянно оптимизировать корпоративную культуру, чтобы она в большей степени соответствовала ожиданиям сотрудников и потребностям развития организации.

Наконец, корпоративная культура – это процесс постоянных изменений, который требует постоянного внимания и корректировки. Благодаря регулярной оценке культуры, сбору обратной связи с сотрудниками и своевременной корректировке культуры, организации могут поддерживать свою культуру и адаптироваться к меняющейся рыночной среде. Формирование позитивной корпоративной культуры – это не только способ повысить мотивацию сотрудников, но и ключевая часть достижения устойчивой конкурентоспособности организации.

** По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим. ред.*

Список литературы:

1. Денисон, Д.Р. (1990). Корпоративная культура и организационная эффективность. John Wiley & Sons.
2. Deal, Т.Е., & Kennedy, А.А. (1982). Корпоративные культуры: Обряды и ритуалы корпоративной жизни. Basic Books.
3. Schein, Е.Н. (2010). Организационная культура и лидерство. John Wiley & Sons.
4. Cameron, К.С., & Quinn, R.Е. (2006). Диагностика и изменение организационной культуры: На основе системы конкурирующих ценностей. John Wiley & Sons.
5. O'Reilly, С.А., & Chatman, J.А. (1996). Культура как социальный контроль: Корпорации, культы и приверженность. *Research in Organizational Behavior*, 18, 157-200.
6. Trice, Н.М., & Beyer, J.М. (1993). *The cultures of work organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
7. Goffee, R., & Jones, G. (1996). Что удерживает современную компанию вместе? *Harvard Business Review*, 74(6), 133-148.

СЕКЦИЯ
«ПЕДАГОГИКА»

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ
В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ**

Безуглова Людмила Валентиновна

*студент,
кафедра начального образования
и гуманитарных дисциплин,
Филиал Ставропольского государственного
педагогического института в г. Буденновске,
РФ, г. Буденновск
E-mail: babenko2410@mail.ru*

Карагодина Елена Анатольевна

*научный руководитель, старший преподаватель,
Филиал Ставропольского государственного
педагогического института в г. Буденновске,
РФ, г. Буденновск*

**USING INTERACTIVE TEACHING METHODS IN THE PROCESS
OF LEARNING ADJECTIVES**

Lyudmila Bezuglova

*Student,
Department of Primary Education and Humanities,
Branch of the Stavropol State Pedagogical
Institute in Budennovsk,
Russia, Budennovsk*

Tatiana Petrova

*Scientific supervisor, Senior lecturer,
Branch of the Stavropol State
Pedagogical Institute in Budennovsk,
Russia, Budennovsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются современные подходы к преподаванию русского языка. На примере темы «Имя прилагательное» раскрываются возможности применения интерактивных методов обучения.

ABSTRACT

The article discusses modern approaches to teaching the Russian language. Using the example of the topic "Adjective name", the possibilities of using interactive teaching methods are revealed.

Ключевые слова: интерактивные методы, обучение, русский язык, имя прилагательное.

Keywords: interactive methods, teaching, Russian language, adjective.

Современная школа должна выпускать школьников способных ориентироваться в любой ситуации, творческих, инициативных. С этой целью учителями и методистами разрабатываются инновационные методики и педагогические технологии. Они в свою очередь дают возможность свободно обмениваться знаниями, какими-либо идеями и мнениями, также способствуют сплочению классного коллектива. Атмосфера познавательной активности основывается на взаимодействии обучающихся друг с другом и учителем, взаимной оценке совместной деятельности.

К современным методам обучения мы относим прежде всего интерактивные методы и приемы. Рассмотрим их использование при изучении темы «Имя прилагательное».

Интерактивное обучение – «это способ организации процесса познания в форме совместной деятельности обучающихся, при котором все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно изучают общие проблемы, моделируют ситуации. погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества, направленного на решение познавательных задач» [2, с. 19].

Интерактивный метод дает возможность создать комфортные условия обучения, при которых школьник будет чувствовать свою успешность, проявлять самостоятельность в выполнении заданий, тем самым делая свой процесс обуче-

ния продуктивней. Таким образом, интерактивная технология обучения способствует решению трех основных задач: учебно-познавательной, коммуникативно-развивающей и социально-ориентированной [2].

К элементам данного метода можно отнести:

- Нетрадиционное начало урока – создаётся эмоциональный настрой на предстоящую работу (эпиграф, ребус, загадка и др.).
- Методы развития критического мышления (мозговой штурм, дебаты и др.).
- Внедрение особых элементов, так называемых «изюминок» урока: головоломки, кроссворд, шарады, задания, требующие углубленных знаний и др.
- Ориентация на парную и групповую работу.
- Проведение нетрадиционных уроков или частей урока (урок-путешествие, урок-сказка, урок-викторина и др.) и др.

Опишем некоторые из приемов интерактивного обучения на примере темы «Имя прилагательное».

«Мозговой штурм». По Г.С. Альтшуллеру данный метод помогает решить определенную проблему «на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике» [2, с. 19]. Главной целью заданий подобного рода является получение большого количества разных вариантов ответа по данной задаче. При использовании этого метода обучающиеся должны знать или иметь при себе ряд правил:

- Критика идей одноклассников строго запрещается.
- Все идеи обучающихся, даже фантастические, учитываются.
- Особое внимание надо уделять идеям, который имеют развитие и доказательную основу.
- Идеи высказываются непрерывно и кратко.
- Идеи должно быть много – такова суть метода.

Метод состоит из определенной последовательности действий: 1. Постановка задачи. 2. Высказывание идей 3. Обсуждение этих идей. 4. Принятие окончательного решения.

Рассмотрим пример метода «Мозговой штурм», который может быть использован на уроке по русскому языку по теме «Имя прилагательное». В заранее распределённых группах определяется руководитель. Из числа участников выбирается и независимый секретарь, который будет фиксировать выдвинутые идеи. Перед группами ставится задача, которую они будут решать.

Задание первой группе: представьте себе ситуацию, что у прилагательных нет ни числа, ни падежа. Как помочь прилагательным отыскать и приобрести эти грамматические категории?

Задание второй группе: представьте такую ситуацию, что из нашей речи в один момент исчезли все прилагательные. Что случится с нашей речью?

Задача следующего этапа – проанализировать выдвинутые идеи и доказать, какие из них самые важные. Стоит отметить, что руководителям необходимо в это время следить за порядком в группах. Далее следует обработка результатов и оглашение окончательных выводов.

Учителю необходимо после работы групп подвести итоги с помощью наводящих вопросов: Чем прилагательное обязано имени существительному? Какова же роль прилагательных в нашем языке?

Итак, заметим, что данный метод похож с методом проб и ошибок, который активизирует мыслительную деятельность обучающихся в условиях активной работы, повышает интерес к теме.

Синквейн: для обучающихся такой вид работы позволяет легко и интересно представить любую тему или сделать, таким образом, вывод по теме. Синквейн в переводе с французского языка – стихотворение без рифмы. Метод стал популярен в США в начале XX века под оказавшим на него влияние японской поэзии [1].

Структура синквейна проста для понимания и применения: Первая строка – одно слово или словосочетание, определяющее тему синквейна. Вторая строка –

два прилагательных или причастия, указывающие или описывающие на качества, свойства явления. Третья строка – три глагола, отражающие действия или состояние, явления о котором идет речь. Четвертая строка – четыре слова, составляющие единую фразу, в которой отражена суть явления. Может быть афоризм или просто предложение с авторским отношением. Пятая строка – одно слово, четко характеризующее первую строку.

Приведем примеры синквейнов по теме «Имя прилагательное»:

1. Имя прилагательное//Краткое, полное//Украшает, относится, склоняется//
Обозначает признак предмета// Часть речи

2. Качественные прилагательные//Белый, горький//Отвечает, изменяется,
обозначает//Обозначает различные качества предмета//Разряд

Синквейн универсален, поэтому его можно применить к любому разделу русского языка и в частности к теме «Имя прилагательное». Для написания синквейна стоит отводить 5-8 минут. Форма проведения может быть как индивидуальная, так и групповая. При оценивании синквейна стоит особое внимание уделять правильности высказываний и отражение логичности во всех пяти строчках.

Метод «эстафета». Учитель подготавливает текст, в котором пропущены все прилагательные. Размер текста зависит от числа обучающихся. Листочек, начиная с первой парты, передается по очереди каждому ученику, задача – вписать по одному прилагательному в зависимости от контекста. В завершении работы учитель зачитывает получившийся текст, а после оригинал. Такая форма работы интересна школьникам, она способствует развитию совместной деятельности и активизации мышления.

Таким образом, интерактивное обучение одновременно решает несколько задач. Во-первых, интерактивные методы основаны на прямом взаимодействии обучающихся с учебным окружением, то есть реальностью. Во-вторых, в интерактивном обучении личный опыт обучающегося служит не просто вспомогательным материалом и иллюстрацией к основному содержанию образования, а центральным источником учебного познания, что активизирует процессы самоактуализации. В-третьих, в интерактивном обучении активность педагога

уступает место активности школьника. Поэтому интерактивные методы, на наш взгляд, могут быть названы наиболее прогрессивными в обучении русскому языку.

Список литературы:

1. Дурьманова Н.А. Интерактивные методы изучения темы «Имя прилагательное» // 1 сентября [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://1-sept.ru/component/djclassifieds/?view=item&cid=3:publ-ns-bf&id=794> (дата обращения 24.02.2024)
2. Кларин М.В. Интерактивное обучение – инструмент освоения нового опыта // Педагогика. – 2000. – № 7. – С. 12–18

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ К ИЗУЧЕНИЮ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Григорьева Анна Юрьевна

*студент,
кафедра английской филологии,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула
E-mail: anabulaeva27@mail.ru*

THE WAYS TO INCREASE MOTIVATION TO LEARN A FOREIGN LANGUAGE IN SECONDARY SCHOOL

Anna Grigoryeva

*Student,
Department of English philology,
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Russia, Tula*

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируется понятие «мотивация», обсуждается ее необходимость в процессе обучения, рассматривается вопрос о том, что влияет на мотивацию, а также приводятся конкретные примеры по повышению мотивации учеников средней школы к изучению иностранного (английского) языка.

ABSTRACT

This article analyzes the concept of "motivation", discusses why a child needs it in the learning process, the article also studies what influences motivation, and also provides specific examples on how to increase the motivation of secondary school students to learn a foreign language (English).

Ключевые слова: мотивация, подростки, урок английского языка, типы заданий, навыки.

Keywords: motivation, teenagers, English lesson, types of tasks, skills.

Формирование мотивации учебно-познавательной деятельности является одной из центральных проблем педагогики. Для подростков эта проблема является особенно актуальной, поскольку именно в подростковом возрасте ребенок переходит к осознанному подходу учебного процесса, выполняет большинство заданий самостоятельно и, тем самым, выходит из под контроля родителей. Чаще всего подростковый возраст сопровождается замкнутостью, категоричностью, противоречивостью поведения. Все эти процессы своеобразно влияют на мотивацию ребенка, поскольку интересы могут быстро меняться.

Существует большое количество определений термина «мотивация», но наиболее традиционным считается определение, предложенное Е.П. Ильиным. Согласно исследователю, мотив – это субъективная причина (осознанная или неосознанная) того или иного поведения, действия человека – психическое явление, непосредственно побуждающее человека к выбору способа действия и его осуществления [1].

Анализируя данное определение можно прояснить, что для мотивации необходима та или иная причина. Если ребенок начинает задаваться вопросами «для какой цели?», «зачем?», «почему?», это означает заинтересованность подростка, то есть наличие причины, которая замотивировала его.

В работе с подростком важно учитывать следующие факторы: его стремление к взрослости и самостоятельности, его желание быть похожим на своих сверстников, изменения характера, целей и порой мировоззрения. Чтобы мотивация ребенка оставалась высокой, необходимо ориентироваться на его возрастную группу, интересы, формы работы, взаимоотношения со сверстниками.

В процессе развития российского образования появляются новые образовательные технологии и формы взаимодействия педагогов и обучающихся, в основе которых лежит активация и включение учеников в образовательный процесс. Все большую популярность обретают интерактивные формы, позволяющие вовлечь в образовательный процесс всех учащихся, развить их творческие способности, а также формы, стимулирующие формирование познавательного интереса к образовательному предмету.

На примере урока английского языка рассмотрим виды занятий, которые могут больше всего привлечь подростков и повысить их мотивацию. Во-первых, самым распространенным типом работы является проектная работа, под которой подразумевается либо презентация по определенной теме, либо проект. Данный вид работы может положительно повлиять на повышение мотивации, поскольку в таком случае школьник может самостоятельно выбрать тему, ориентируясь на свои интересы, также предлагаются варианты различных форм работы (в группе, парная или индивидуальная).

Во-вторых, подростку будут интересны интерактивные уроки. На уроке английского языка это может быть квиз, квест или интеллектуальные игры. Например, изучив определенную тему учитель может создать интеллектуальную игру по мотивам популярной телепередачи или шоу. Это позволит ученикам как проверить свои знания, так и поработать в команде. В качестве мотивации может быть целенаправленная победа или желание показать себя самым умным или самым лучшим, а без определенных знаний достичь победы невозможно. В качестве интерактивных занятий учителя могут организовать квесты. Это может быть веб-квест, когда ученику дается индивидуальное задание, конечной целью которого будет создание определенного продукта (презентация, выступление-блог, буклет и т.д.), так и обычный классический квест с элементами командной игры и выполнением целей. Квесты интересны подросткам, они могут проявить свои таланты, выполняя индивидуальную работу. Если ребенок увлекается веб-дизайном, ему будет в радость сделать достойную презентацию или оформленный туристический веб-буклет по странам изучаемого языка. Обычные квесты, которые могут проводиться в классе, также имеют мотивацию. Учитель может использовать изученный материал для проверки знаний, может использовать аутентичные материалы, аудио и видео материалы.

Также популярность набирают квизы. С появлением информационных технологий квизы стали виртуальными. Существует огромное количество программ, которые позволяют создавать различные интерактивные квизы. Все, что

нужно ребенку, это знать материал и иметь под рукой гаджет. Поскольку подростки не представляют своей жизни без гаджетов, такой вид работы позволит им использовать гаджеты с пользой. Учитель сможет легко проконтролировать работу ребенка на уроке, поэтому отвлекаться на посторонние сайты, социальные сети и иную онлайн деятельность не получится. Более того, все результаты подсчитываются автоматически.

Таким образом, мотивация играет важную роль в процессе обучения подростка иностранному языку. Без мотивации молодые люди не будут задаваться вопросами, не будут понимать цель изучения предмета. На уроке английского языка учителям предоставляется хорошая возможность организовать свой урок так, чтобы замотивировать детей, используя аутентичные материалы, дополнительные ресурсы или просто позволив ученику продемонстрировать то, чем он действительно увлекается.

Список литературы:

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.

СЕКЦИЯ
«ПСИХОЛОГИЯ»

**ЯВЛЕНИЕ КИБЕРБУЛЛИНГА В АУДИТОРИИ МЛАДШИХ
ШКОЛЬНИКОВ И УЧИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ**

Кузнецова Юлия Андреевна
студент,
факультет дошкольного
и начального образования,
Томский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Томск
E-mail: juliakuznecova@inbox.ru

**THE PHENOMENON OF CYBERBULLYING IN THE CLASSROOM
OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS AND THE TEACHING
ENVIRONMENT**

Yulia Kuznetsova
Student,
Faculty of Preschool and Primary Education,
Tomsk State Pedagogical University,
Russia, Tomsk

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу проблемы явления кибербуллинга среди младших школьников и учителей начальных классов. Проведён анализ распространения различных проявлений цифровой виктимизации, рассмотрена его классификация и виды, выделены предпосылки деструктивного поведения, определена роль участников коммуникации и их взаимодействия в виртуальной среде. Разработана система работы по профилактике и разрешению кибербуллинга. Обзор современных исследований позволяют констатировать широкую распространённость явления кибербуллинга в аудитории младших школьников и учительской среде.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of the problem of the phenomenon of cyberbullying among primary school children and primary school teachers. The analysis of

the spread of various manifestations of digital victimization is carried out, its classifications and types are considered, the prerequisites for destructive behavior are highlighted, the role of communication participants and their interaction in a virtual environment is determined. A system of work on the prevention and resolution of cyberbullying has been developed. A review of modern research allows us to state the widespread occurrence of cyberbullying phenomena in the primary school audience and the teaching environment.

Ключевые слова: интернет, кибербуллинг, буллинг, младший школьный возраст, учительская среда, цифровая виктимизация, начальная школа.

Keywords: internet, cyberbullying, bullying, primary school age, teacher environment, digital victimization, primary school.

Глобальная компьютеризация оказала огромное влияние на все сферы жизни человека: экономическую, политическую, духовную и социальную. Создание социальных сетей стало новым витком в развитии человеческого общения, позволяющим значительно улучшить жизнь людей. Целью создания социальных сетей было обеспечение доступа к всемирной информации в режиме реального времени, упрощение ведения бизнеса и развития маркетинга, увеличение количества и качества социальных контактов. Однако, несмотря на все преимущества, развитие социальных сетей стало местом появления онлайн-жестокости – домогательств и кибербуллинга. Проявления кибербуллинга набирают своё развитие не только в аудитории младших школьников, но и учительской среде, поскольку в последнее время начали активно появляться и использоваться родительские чаты. В обновлённом ФГОС НОО одним из требований к условиям реализации комфортной развивающей образовательной среды по отношению к обучающимся и педагогическим работникам выступает гарантия безопасности, охраны и укрепление физического, социального и психического здоровья благополучия [5].

Кибербуллинг является одним из видов буллинга, поэтому, нами было принято решение проанализировать анализ подходов к понятию «буллинг». Отечественные учёные Д. Булда, М. Бородеева и О. Морозов понимают буллинг как «агрессивное преследование одного из членов коллектива другими его членами» [3]. Исследователи Д. Лейн и Э. Миллер подчёркивают, что кибербуллинг – это длительный процесс сознательного психологического или физического жестокого отношения со стороны отдельной группы или одного человека к другим [3]. В. Безаг определил буллинг как «неоднократные нападения теми, кто имеет авторитет и власть, относительно тех, кто слабее с нанесением им страдания для получения удовольствия [2]. Из этого следует, что буллинг – это намеренное проявление агрессии по отношению к другому, имеющее цель причинить последнему физическое или психологическое насилие, а также унижить его и таким образом утвердить свою власть.

Исследования учёных-психологов позволили нам выделить следующие особенности буллинга:

1. Образование «Треугольника Карпмана». Участники конфликта делятся на жертв, агрессоров и наблюдателей (интересующихся, сочувствующих и безразличных).

2. Буллинг обычно совершается кем-то одним, в основном лидером, самой популярной личностью, занимающей ведущее место среди и имеющая много друзей. У агрессоров ярко выражены нарциссические черты характера, низкий уровень эмпатии и завышенная самооценка.

3. Травля позволяет обидчикам достичь определённых целей, таких как подтверждение статуса, демонстрация сила, извлечение выгоды, развлечение, привлечение внимания [4].

Д. Ольшеус отмечает, что жертвы бывают двух типов: агрессивные и покорные. Покорные жертвы пытаются избежать нападения, имеют высокий уровень тревожности и низкое чувство собственного достоинства.

Кибербуллинг – это форма деструктивного онлайн-поведения, которая включает в себя три характеристики: совершение киберзапугивания отдельными лицами или группами с использованием электронных средств; неоднократная передача агрессивных сообщений; намерение причинить вред объекту травли [1].

Статистика пользователей Интернета, которые сталкивались с кибербуллингом в 2022 году представлена нами на Рисунке 1.

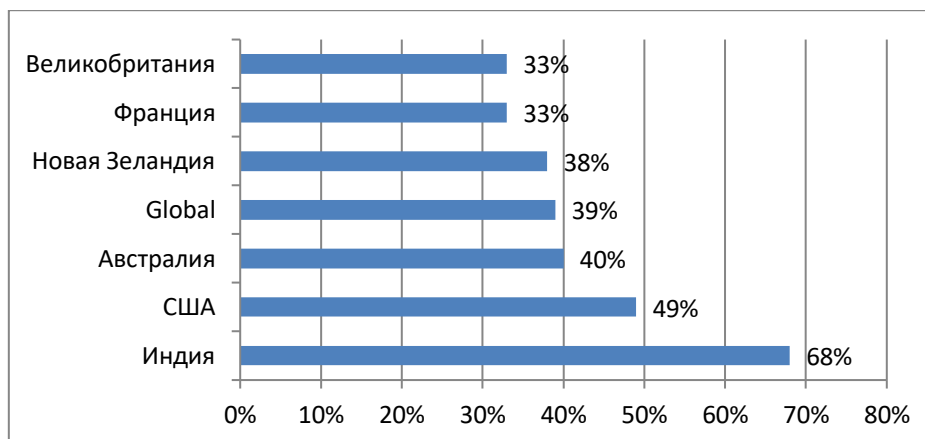


Рисунок 1. Статистика пользователей Интернета, которые сталкивались с кибербуллингом в 2022 году

По данным исследования, в Индии отмечается самый высокий уровень издевательств: примерно каждый четвёртый человек сообщает, что подвергается онлайн-травле постоянно. 42% интернет-пользователей России считают, что за последние пять лет оскорблений, угроз и травли в социальных сетях стало больше.

В отчёте Всемирной организации здравоохранения указано, что в РФ среди 11-летних 8% мальчиков и 11% девочек становились жертвой кибербуллинга 2-3 раза за месяц. Это свидетельствует о том, что травля в Интернете происходит и на основании гендерного признака.

Мы выявили, что кибербуллинг – это запугивание отдельных людей с использованием цифровых технологий, которое имеет следующие формы:

1. Обмен нелестными изображениями.
2. Анонимные, угрожающие телефонные звонки.

3. Электронные сообщения с угрозами.

4. Публикация в Интернете личной информации без разрешения, распространение слухов.

5. Кража личных данных с целью нанесения ущерба репутации жертвы.

6. Создание чатов и групп с призывами ненависти.

Следует отметить, что у агрессоров есть определённый уровень контроля над жертвой из-за его намерения в любой момент причинить вред жертве. Как и в случае с обычным издевательством, компания агрессоров может долгое время готовиться, чтобы напасть на жертву и унижить её, при этом фиксируя издевательство на видеозапись для последующего размещения в Интернете. По результатам опроса Югорских родителей на тему кибербезопасности детей, были выделены наиболее распространённые последствия кибербуллинга для детей (Рисунок 2).



Рисунок 2. Распространённые последствия кибербуллинга для детей

По статистике, около 33% детей и только каждый десятый родитель знакомы с понятием кибербуллинга. Это говорит о необходимости включения просветительских мероприятий для родителей и детей по вопросам профилактики травли, а также обеспечения необходимой информационной безопасности.

Киберзапугивание может принести физический, социальный, психологический или образовательный вред. Жертвами травли на сегодняшний день высту-

пают не только ученики, но и учителя. Проектно-учебная лаборатория ВШЭ провела исследование о травле учителей со стороны обучающихся. В ходе опросов выяснилось, что каждый второй учитель хотя бы раз сталкивался с угрозами или травлей от учеников, 6% опрошиваемых отметили, что это происходит регулярно, треть опрошенных сталкивались с обсуждением своей личной жизни. С оскорблениями в Интернете имеет дело 42% учителей.

На финальном круглом столе, посвящённом теме «Кибербуллинг в детской аудитории и учительской среде», эксперты Медиатеки Московского образования выделили следующие причины травли в Интернете:

1. Личные увлечения учителя. Многие педагоги сталкиваются с осуждением со стороны родителей обучающихся за хобби, отличное от направления профессиональной деятельности.

2. Публикация фотографий с дорогостоящими вещами. Буллеры понимают данные публикации по-своему, либо с завистью, что вызывает желание выдать негативную реакцию.

Таким образом, система работы по социальной профилактике кибербуллинга должна включать:

1. Разработка социального проекта «Противодействие кибербуллингу», целью которого будет являться знакомство и овладение навыками решения возникающих проблем в ходе межличностного взаимодействия, посредством использования театра. Этапы реализации проекта представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Этапы реализации проекта

Этап	Срок выполнения	Содержание работы
Подготовительный	Сентябрь-октябрь 2023 года	Определение плана действий; подготовка материалов по проблеме; разработка проекта
Организационный	Ноябрь-декабрь 2023 года	Анализ, обобщение, систематизация подобранного материала по проблеме; планирование деятельности; выбор современных средств, методов, форм для достижения целей; подбор диагностического инструментария по выявлению уровня кибербуллинга среди участников образовательного процесса; создание сценария

Этап	Срок выполнения	Содержание работы
Реализация проекта	Январь-март 2024 года	Установление контакта с участниками проекта; приглашение спикеров; семинары на тему «Кибербуллинг», «Мы вместе»; проведения диагностики по выявлению уровня распространённости кибербуллинга среди участников; реализация спектаклей; проведение восстановительного подхода; мониторинг процесса и результатов проекта
Аналитический	Апрель-май 2024 года	Диагностика и анализ результатов; планирование дальнейшей работы по популяризации данной темы среди участников образовательного процесса

Продолжительность проекта составляет 9 месяцев. Количественный и возрастной состав проекта: обучающиеся 1-4 классы, учителя начальной школы, родители.

2. Создание консультационных стендов для родителей и педагогов «Что такое кибербуллинг и как его распознать», «Профилактика кибербуллинга среди младших школьников», «Кибербезопасность. Как соблюдать?». Просветительская работа направлена на обоснование понятия буллинга, предоставление общих рекомендаций по его профилактике.

3. Создание чата и группы в VK с психологом школы, в котором всем участникам будет предоставлена возможность получения обратной связи по проблеме кибербуллинга, а также доступен перечень базовых мер его предотвращения:

- Осуществление регулярного надзора за детьми;
- Установление фильтров на поисковые запросы и сайты;
- Курс видеолекций «Ненасильственное общение. Родители и дети»
- Психологические видео-тренинги на тему толерантности, профилактике буллинга;
- Перечень ролевых и дидактических игр, занятий и уражнений, направленных на сплочение команды.
- Антибуллинговая политика школы.

4. Предоставление консультаций школьным психологом, проверка психологического климата в классе, исследование групповой динамики класса, проведение просветительской работы с родителями по профилактике и распознаванию агрессивного поведения.

5. Ограничение доступа к личным аккаунтам педагогов.

6. Предоставление рекомендаций для защиты от кибербуллинга.

- Блокировка агрессора в социальной сети;
- Фиксирование противоправного действия;
- Не реагировать на агрессию в Интернете, не поддаваться на провокации;
- Сообщать администрации о правонарушениях.

Таким образом, анализ проведённых исследований позволяет сделать вывод о достаточно широкой распространённости явлений кибербуллинга в аудитории младших школьников и учительской среде. Разработанная нами система работы направлена на профилактику и предотвращение кибер-преступности среди участников образовательного процесса.

Список литературы:

1. Ануфриева Е.В., Набойченко Е.С., Ковтун О.П. Буллинг и кибербуллинг: проблема современного подростка // Педиатрическая фармакология. – 2021. – Т. 18. – № 5. – С. 423-429.
2. Бэрн, Р., Ричардсон, Д. Агрессия / Р. Бэрн, Д. Ричардсон. – СПб., 2014. – 112 с.
3. Волкова Е.Н., Волкова И.В. Кибербуллинг как способ социального реагирования подростков на ситуацию буллинга // Вестник Минского университета – 2017 – № 3 – С. 25
4. Капиренкова О.Н. Современное понимание буллинга в школе // Евразийский союз ученых (ЕСУ) – 2020 – № 6 (75) – С. 58-62
5. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования: утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 17.10.2013 г. № 1155: ред. от 08.11.2022 г. // Российская газета. – 2013. – № 265.

СЕКЦИЯ
«РЕКЛАМА И PR»

**ИЗУЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ВОСПРИЯТИЯ КАЗАХСТАНА:
БАРЬЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ИМИДЖА**

Жумагулова Фариза Маратовна
*магистрант,
кафедра «Операторское искусство,
звукорежиссура и арт-менеджмент»,
Казахский Национальный университет искусств,
Казахстан, г. Астана
E-mail: jmglw@mail.ru*

Тасбергенова Гаухар Кошкарбековна
*научный руководитель, PhD,
Казахский Национальный университет искусств,
Республика Казахстан, г. Астана*

**STUDYING INTERNATIONAL PERCEPTION OF KAZAKHSTAN:
BARRIERS AND OPPORTUNITIES FOR STRENGTHENING IMAGE**

Fariza Zhumagulova
*Master's student,
Department of Cinematography,
Sound Engineering and Art Management,
Kazakh National University of Arts,
Kazakhstan, Astana*

Gaukhar Tasbergenova
*Scientific supervisor, PhD,
Kazakh National University of Arts,
Kazakhstan, Astana*

АННОТАЦИЯ

Исследование международного восприятия Казахстана имеет важное значение для понимания его места и роли в мировом сообществе. В данной статье рассматриваются барьеры и возможности для укрепления международного имиджа Казахстана на основе анализа текущего положения.

ABSTRACT

The study of international perception of Kazakhstan is important for understanding its place and role in the world community. This article examines the barriers and opportunities for strengthening the international image of Kazakhstan based on an analysis of the current situation.

Ключевые слова: международное восприятие, барьеры, возможности, имидж, культурные аспекты, геополитическое положение, международная репутация, достижения.

Keywords: international perception, barriers, opportunities, image, cultural aspects, geopolitical position, international reputation, achievements.

Восприятие Казахстана на международной арене охватывает широкий спектр аспектов, начиная от политического и экономического влияния и заканчивая культурным наследием и туристическим потенциалом. В последние годы Казахстан активно работает над улучшением своего имиджа за рубежом, однако восприятие страны все еще разнообразно и зачастую контрастно.

На международной сцене культура Казахстана представлена как уникальное слияние традиций кочевников и современных тенденций. Мировая общественность восхищается богатством казахской музыки, литературы и искусства. Традиционные ярмарки, такие как Наурыз, привлекают внимание к уникальным обычаям и культуре гостеприимства. В то же время, многие за пределами страны знакомы с казахстанской культурой лишь поверхностно, а иногда исключительно через призму голливудских фильмов. Одним из ключевых барьеров, влияющих на международное восприятие Казахстана, является присутствие стереотипов и общая недостаточная информированность о стране. Многие международные сообщества по-прежнему воспринимают Казахстан через призму устаревших представлений, связанных с постсоветским пространством, не учитывая его современное развитие, экономические достижения и культурное разнообразие. Также геополитическое положение Казахстана, прилегающее к нескольким

крупным державам, также является двойственным фактором. С одной стороны, это предоставляет стратегические возможности для международного сотрудничества, с другой – порождает определенные вызовы, связанные с необходимостью балансирования между интересами крупных геополитических игроков.

Несмотря на описанные барьеры, Казахстан обладает множеством возможностей для укрепления своего международного имиджа. Экономические достижения Казахстана, особенно в области добычи полезных ископаемых и развития инфраструктуры, заслужили признание на международном уровне. Инвестиционный климат страны, ее участие в международных экономических проектах и инициативах в области зеленой энергетики привлекают внимание зарубежных партнеров и инвесторов. Экономические достижения Казахстана за последние десятилетия ознаменовались значительным ростом и диверсификацией, что сделало страну одной из ведущих экономик в Центральной Азии. Рассмотрим ключевые факты и достижения, подчеркивающие экономическое развитие Казахстана:

1. ВВП и экономический рост: С момента получения независимости в 1991 году Казахстан демонстрирует стабильный экономический рост. ВВП страны вырос в несколько раз, что свидетельствует об успешном переходе к рыночной экономике и увеличении жизненного уровня населения.

2. Развитие нефтегазового сектора: Казахстан обладает одними из крупнейших запасов нефти и природного газа в мире. Эксплуатация месторождений, таких как Тенгиз и Кашаган, привела к значительному увеличению объемов добычи и экспорта, что является важным источником доходов для экономики страны.

3. Привлечение иностранных инвестиций: Казахстан активно работает над созданием благоприятного инвестиционного климата, что привлекло значительные прямые иностранные инвестиции в различные сектора экономики, включая энергетику, горнодобывающую промышленность, финансовые услуги и сельское хозяйство.

4. Транспорт и логистика: Благодаря своему географическому положению, Казахстан стал важным транзитным хабом между Европой и Азией. Разви-

тие проектов, таких как Новый Шелковый путь и трансконтинентальные транспортные коридоры, укрепило позиции страны как ключевого логистического центра региона.

5. Цифровизация экономики: Правительство Казахстана запустило несколько инициатив по цифровизации экономики, включая развитие электронного правительства, цифровых услуг в образовании, здравоохранении и банковском секторе, что способствует повышению эффективности государственного управления и улучшению качества жизни населения [1].

Помимо экономических достижений, Казахстан обладает потенциалом в различных сферах. Рассмотрим их.

Казахстанские природные красоты, включая горные хребты, степи и озера, постепенно становятся известными среди международных путешественников. Места, такие как озеро Кайынды, Чарынский каньон и горный массив Алтай, привлекают туристов своей неповторимостью и красотой. В то же время, несмотря на значительный туристический потенциал, Казахстан до сих пор остается менее изученным направлением для многих зарубежных путешественников, что отчасти связано с недостаточным международным продвижением. По информации Kazakh Tourism, в 2023 году Казахстан посетили более миллиона туристов. Чуть выше, чем в 2022 году – тогда в страну прибыло 610 тысяч иностранных туристов [2].

Кроме того, богатое историческое наследие и современное развитие отражают культурные достижения Казахстана. Страна активно продвигает свою культуру как внутри страны, так и на международной арене, демонстрируя достижения в различных областях культуры и искусства.

- **Всемирное культурное наследие ЮНЕСКО:** Несколько объектов в Казахстане включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, подчеркивая их уникальность и значимость для всего человечества. К таким объектам относятся мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави, петроглифы археологического ландшафта Тамгалы и Сарыарка – степи и озера Северного Казахстана [3].

- **Международные культурные фестивали:** Казахстан регулярно проводит международные культурные фестивали, например, такой как Международный фестиваль современной этнической музыки "The Spirit of Tengri", привлекая исполнителей и туристов со всего мира. Эти мероприятия способствуют межкультурному обмену и демонстрируют мировому сообществу богатство казахстанской культуры.

- **Кинематограф:** Казахские фильмы и режиссеры получают признание на международных кинофестивалях. Фильмы, такие как «Монгол» Сергея Бодрова и «Тюльпан» Сергея Дворцевого, были номинированы и получили награды за свою уникальную режиссуру и глубокие сюжеты, основанные на казахской истории и культуре.

Активное продвижение казахской культуры и искусства на международной арене может способствовать разрушению стереотипов и формированию более глубокого и положительного восприятия страны. Организация культурных фестивалей, выставок, гастролей артистов и кинопоказов за рубежом являются эффективными инструментами культурной дипломатии. Кроме того, использование цифровых платформ и социальных сетей для рассказа о Казахстане может значительно увеличить его видимость на международном уровне. Создание качественного контента на иностранных языках, включая информационные порталы о туризме, культуре, экономике и образовательных возможностях, поможет привлечь интерес к стране.

Необходимость изучения проблемы недостаточного международного признания культурного и исторического наследия Казахстана является актуальной задачей для научного сообщества. Несмотря на значительное культурное богатство и глубокую историю, Казахстан сталкивается с рядом препятствий на пути к международному признанию, среди которых важное место занимает недостаточно эффективный PR и маркетинг культурного потенциала на мировой арене.

Одной из основных причин, по которой Казахстан остается малоизвестным на международном уровне, является ограниченное присутствие страны в международных информационных пространствах. Несмотря на развитие цифровых

технологий и глобализацию СМИ, информация о Казахстане зачастую представлена в узком контексте, не раскрывая всего многообразия культурных и исторических достижений страны.

Хотя Казахстан активно участвует в международных экономических и политических проектах, его интеграция в мировые культурные и научные процессы еще не достигла оптимального уровня. Это связано с недостаточной активностью в области культурного обмена, международных научных исследований и проектов, которые могли бы способствовать более широкому распространению знаний о стране.

Решение проблемы недостаточного международного признания требует разработки и реализации комплексной стратегии международного культурного PR. Такая стратегия должна включать активное использование современных информационных и коммуникационных технологий, укрепление партнерских связей с международными организациями, культурными и научными центрами, а также организацию мероприятий, способствующих межкультурному диалогу и обмену.

В заключение, преодоление препятствий на пути к укреплению международного имиджа Казахстана требует целенаправленных усилий со стороны государственных органов, научного сообщества и гражданского общества. Систематическое и комплексное продвижение культурного и исторического наследия Казахстана поможет не только улучшить его восприятие на мировой арене, но и способствует более глубокому межкультурному пониманию и сотрудничеству.

Список литературы:

1. Толстых В. В поисках нового Казахстана: экономический и международно-правовой анализ // Онлайн-журнал РМСД – 2023. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/v-poiskakh-novogo-kazakhstan-ekonomicheskij-i-mezhdunarodno-pravovoy-analiz/>
2. Смагулов А. В три раза увеличился турпоток в Казахстан в 2022 году // Сетевое издание ORDA – 2023. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://orda.kz/v-tri-raza-bolshe-turistov-posetili-kazahstan-v-2022-godu/>
3. Объекты UNESCO // Государственный сайт gov.kz – 2023. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qazalem/activities/27946?lang=ru>

СЕКЦИЯ

«ХИМИЯ»

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА К ИЗУЧЕНИЮ ХИМИИ

Антонова Анна Александровна

*магистрант,
кафедра химии, экологии и методики обучения химии,
Южно-Уральский Государственный
гуманитарно-педагогический университет,
РФ, г. Челябинск
E-mail: annask11@mail.ru*

Симонова Марина Жоржевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Южно-Уральский Государственный
гуманитарно-педагогический университет,
РФ, г. Челябинск*

FEATURES OF COLLEGE STUDENTS' MOTIVATION TO STUDY CHEMISTRY

Anna Antonova

*Master's student,
Department of Chemistry, Ecology
and Methods of Teaching Chemistry,
South Ural State Humanitarian
and Pedagogical University,
Russia, Chelyabinsk*

Marina Simonova

*Scientific supervisor,
candidate of Pedagogical
Sciences, associate professor,
South Ural State Humanitarian
and Pedagogical University,
Russia, Chelyabinsk*

АННОТАЦИЯ

Данная статья исследует особенности мотивации студентов колледжа к изучению химии. Автор рассматривает факторы, влияющие на мотивацию, такие

как: практическая полезность знаний химии, интерес к предмету, желание достичь успеха и удовлетворение от успехов.

ABSTRACT

This article explores the characteristics of college students' motivation to study chemistry. The author considers factors influencing motivation, such as: the practical usefulness of knowledge of chemistry, interest in the subject, the desire to achieve success and satisfaction from success.

Ключевые слова: мотивация, среднее профессиональное образование, химия.

Keywords: motivation, secondary vocational education, chemistry.

Среднее профессиональное образование является важным этапом в системе образования, который играет ключевую роль в подготовке квалифицированных специалистов. Оно представляет собой уровень образования, который обеспечивает студентам профессиональные навыки и знания, необходимые для успешной карьеры в различных отраслях экономики. Важность среднего профессионального образования подтверждена рядом ключевых документов, которые указывают на его значимость и роль в обществе.

Среднее профессиональное образование играет важную роль в подготовке кадров в разных сферах, и особое значение имеет подготовка специалистов в области физической культуры и здоровья населения страны. В современном обществе сохранение и укрепление здоровья являются приоритетными задачами, и подготовленные специалисты играют важную роль в достижении этих целей.

С одной стороны, здоровье населения является одним из основных ресурсов социально-экономического развития страны. Здоровые и активные граждане способны более эффективно работать, продуктивно вносить свой вклад в общество и развивать экономику. Отличное физическое состояние и активная жизненная позиция способствуют предотвращению заболеваний и снижают нагрузку на здравоохранение.

С другой стороны, сфера физической культуры имеет важное значение для формирования здоровых привычек и развития сознательного отношения к своему здоровью с самого раннего детства. Квалифицированные специалисты в области физической культуры информируют и обучают население о необходимости поддержания здорового образа жизни, о регулярных физических нагрузках, правильном питании и предупреждении заболеваний.

Современное обучение сталкивается с проблемой снижения у учащихся мотивации к изучению общеобразовательных предметов. В частности, постепенное снижение мотивации к изучению наук естественного цикла у студентов колледжей. Связана эта тенденция со многими причинами, например:

1. Недостаточная значимость предмета для будущей профессии и жизни.
2. Сложность предмета.
3. Недостаточное использование современных методов преподавания.
4. Негативный опыт изучения химии в школе.
5. Недостаток связи материала с реальным миром.

Решение этих проблем позволит не только повысить активность учащихся в учебном процессе и увеличить его эффективность, но и стимулировать личностный рост студентов. Исходя из вышесказанного, возникает **актуальность** нашего исследования.

Учебная мотивация широко изучается как отечественными (А.Н. Леонтьев, Л.И. Божович, Е.П. Ильин, А.К. Маркова и др.), так и зарубежными (Б.Ф. Скиннер, К. Роджерс, М. Чиксентмихайа, Х. Хекхаузен, Э. Дисси, Р. Райан и др.) психологами и педагогами.

Мотивация рассматривается как непростой многоуровневый регулятор жизнедеятельности человека – его поведения, деятельности. Единой концепции в определении понятия мотивации не существует. Но общее это то, что мотивы приобретаются и формируются в процессе жизни, являются результатом детского опыта и процессов социализации [1].

Многие авторы, описывающие мотивацию учебной деятельности, выделяют две направленности учебных мотивов [2].

1. Внутренние мотивы – внутренние по отношению к учебной деятельности мотивы, т. е. мотивы, которые непосредственно связаны с учебной деятельностью. Например, получение удовольствия от учения.

2. Внешние мотивы – внешние по отношению к учебной деятельности мотивы, т. е. социальные мотивы, мотивы, связанные с общением и желанием занять свое место в обществе.

Наблюдения за студентами СПО показывают, что некоторые внешние мотивы к обучению значительно отличаются от мотивов школьников. К примеру, мотивация оценкой значительно теряет свою силу. Многие студенты предпочитают в лучшем случае выучить минимум материала на оценку «удовлетворительно», в худшем – прибегают к таким хитростям, как списывание.

Мотив одобрения тоже значительно ослабевает ввиду возрастных особенностей. Для 16-18 лет характерно проявление «чувства взрослости». Это субъективная сторона взрослости считается центральным новообразованием подросткового возраста. Чувство взрослости проявляется в стремлении к самостоятельности, желании оградить какие-то стороны своей жизни от вмешательства родителей. Это касается вопросов внешности, отношений со сверстниками, и, что очень важно для нас, – учебы.

Проблему повышения мотивации на занятиях общеобразовательных дисциплин в СПО можно решать в двух направлениях: отбор содержания учебного материала с ориентацией на профессиональную деятельность; организация таких форм работы студентов на учебном занятии, которые способствуют формированию образовательных компетенций, необходимых современному специалисту высокого уровня.

Основными способами повышения мотивации к обучению считают [3]:

- создание благоприятного микроклимата на уроке
- акцент на актуальности полученных знаний в будущей профессиональной деятельности
- использование современных методов обучения (проектный, проблемный, исследовательский, обучение в сотрудничестве, разноуровневое обучение и др.)

- интеграция обучения и дифференциация заданий
- использование ИКТ
- организация внеурочной деятельности
- систематический контроль уровня успешности студентов, его публичность.

Главными условиями становления положительной мотивации к учебно-профессиональной деятельности являются сама организация учебно-воспитательного процесса, ее принципы, возрастные особенности, закономерности.

В своей профессиональной деятельности мы используем различные формы, методы и приемы обучения, направленные на осознание условий для осознания профессиональной значимости предмета химии. Например, для демонстрации связи физической культуры и химии, на уроке «Белки и их свойства» мы используем информацию о функциях белков в организме, а также эксперименты по денатурации белка путем нагревания и реакции с этиловым спиртом. Студентам предлагается своими глазами увидеть последствия употребления алкоголя, что является элементом воспитания здорового образа жизни – неотъемлемой чертой спортсмена.

На уроке, посвящённом спиртам, мы используем кейсы, содержащие информацию о применении спиртов. Задача из одного кейса: «В больничном отделении требуется приготовить раствор этилового спирта для дезинфекции ран. Известно, что врачу необходимо получить 500 мл раствора этилового спирта с концентрацией 70%. Однако у него имеется только 96% этиловый спирт и вода. Какое количество этилового спирта и воды нужно использовать для приготовления требуемого раствора?». Такие задачи направлены на практическую значимость химии.

Для наглядной демонстрации результата употребления алкоголя, используется опыт «Окисление спирта медью», результатом которого является уксусный альдегид, имеющий характерный запах после употребления алкоголя.

В теме «Углеводы» мы рассматриваем процессы энергетического обмена, например: «При выполнении упражнений мышцы обеих рук за 1 мин расходуют

20 кДж энергии. Определите: А) Сколько всего граммов глюкозы израсходуют мышцы за 15 мин при условии, что кислород в мышцы доставляется кровью в достаточном количестве? Б) Накапливается ли молочная кислота в мышцах?» В качестве домашнего задания обучающиеся получают задание составить примерный рацион с учетом энергетической ценности белков, жиров и углеводов.

В заключение, мотивация играет важную роль в процессе изучения химии в среднем профессиональном образовании (СПО). Она является ключевым фактором, влияющим на успех и продуктивность студентов в обучении. Различные факторы, такие как интерес к предмету, перспективы трудоустройства и эффективные методы преподавания, могут влиять на мотивацию студентов.

Студенты, изучающие химию в СПО, могут столкнуться с трудностями и вызовами в процессе обучения. Важно знать эти проблемы и причины их возникновения, чтобы разработать соответствующие методы и подходы для поддержки мотивации студентов [4].

Одним из способов повысить мотивацию студентов является использование разнообразных методов и подходов в обучении. Интерактивные уроки, примеры из реальной жизни и новые технологии могут сделать обучение химии более интересным и привлекательным для студентов.

Установка целей и разработка мотивационных планов также имеют большое значение для студентов. Четко определенные цели помогают студентам ориентироваться и видеть свой прогресс, что способствует поддержанию мотивации и достижению успеха.

В целом, мотивация при изучении химии в СПО является ключевым фактором, который оказывает влияние на успех студентов в обучении. Эта статья обсудила различные факторы, трудности и вызовы, а также методы и подходы для повышения мотивации студентов. Понимание роли мотивации и ее влияния на обучение поможет преподавателям и студентам создать поддерживающую и мотивирующую среду, способствующую успешному изучению химии в СПО.

Список литературы:

1. Божович Л.И. / Проблема развития мотивационной сферы ребенка / Л.И. Божович // Изучение мотивации поведения детей и подростков / ред. Л.И. Божович, Л.В. Благонякина. – Москва : Педагогика, 1972. – С. 7-44.
2. Мильман В.Э. / Внутренняя и внешняя мотивация учебной деятельности // Вопросы психологии. 1987. – № 5. – С. 129 – 138.
3. Цветкова, Р.И. / Мотивационная сфера личности студента как субъективно-развивающаяся система / Р.И. Цветкова // Гриф УМО – Хабаровск 2006.-124 с.
4. Якунин В.А. Психология учебной деятельности студентов. М.; СПб., 1994. – 198 с.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

**МИРОВОЙ ОПЫТ СПЕЦИАЛЬНЫХ УСЛОВИЙ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Рощупкин Матвей Валентинович

*студент,
кафедра мировой экономики и мировых финансов,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

E-mail: matvey.roshchupkin@mail.ru

Рощупкина Виолетта Викторовна

*научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь*

**WORLD EXPERIENCE OF SPECIAL TAX CONDITIONS
FOR ENTREPRENEURS**

Matvey Roshchupkin

*Student,
Department of World Economy and World Finance,
Financial University under the Government
of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Violetta Roshchupkina

*Scientific supervisor, doctor
of Sciences in Economics, professor,
North Caucasus Federal University,
Russia, Stavropol*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрен опыт стран мира по внедрению специальных налоговых режимов для предпринимателей, в частности, осуществляющих свою деятельность в сельском хозяйстве.

ABSTRACT

The article considers the experience of the countries of the world on the introduction of special tax regimes for entrepreneurs, in particular, operating in agriculture.

Ключевые слова: предприниматель, налогообложение, льгота.

Keywords: entrepreneur, taxation, benefit.

Одной из немногих отраслей экономики, которой необходима государственная поддержка как в развитых, так и в развивающихся странах выступает сельское хозяйство.

Для многих стран налоговые меры, направленные на сельское хозяйство, остаются в основном неизменными, например, в Австралии, Канаде, Новой Зеландии и Соединенном Королевстве. Однако следует отметить, что замечания ограничиваются налоговыми мерами, направленными на сельское хозяйство, а не налоговыми реформами, которые страны провели в более общем плане.

Все страны в зависимости от уровня развития экономики предлагают специальные условия для своих сельскохозяйственных секторов: льготный режим налогообложения доходов, прибыли и прироста капитала, упрощенный бухгалтерский учет, налоговые льготы, специальные налоговые режимы [1].

Греция внесла изменения в порядок налогообложения личных и корпоративных доходов от сельскохозяйственного сектора. До 2013 года доходы физических лиц от ведения сельского хозяйства оценивались с использованием метода оценки, впоследствии доход рассчитывался так же, как и другие доходы от бизнеса, но облагался налогом по фиксированной ставке 13%, а с 2015 года доходы от фермерских хозяйств облагаются теми же прогрессивными налоговыми ставками, что и в других секторах. Кроме того, доходы, полученные от сельскохозяйственных кооперативов и групп производителей, были освобождены от корпоративного подоходного налога до 2012 года, затем в 2013 налоговом году доходы от этих организаций облагались налогом в размере 26%, а с 2014 года

применяется пониженная ставка корпоративного налога в размере 13% (по сравнению с обычной ставкой 28%) [2].

Что касается налогов на вводимые ресурсы, то Словацкая Республика отменила свои налоговые скидки на топливо для сельского хозяйства в 2011 году, а Австрия и Нидерланды приняли этот подход в 2013 году (хотя последняя сохраняет пониженную ставку налога на энергию для газа, используемого для отопления теплиц).

Физические лица, проживающие в Италии и отвечающие следующим требованиям, могут воспользоваться частичным освобождением от обычного налогообложения доходов по найму, доходов от самозанятости и доходов от бизнеса. Требования, предусмотренные редакцией, действующей с 1 мая 2019 года, следующие: быть не налоговым резидентом Италии в течение 2 лет до прибытия в Италию; взять на себя обязательство остаться и жить в Италии не менее двух лет; для работы в Италии 183 дня не менее. При выполнении физическим лицом одного из следующих дополнительных требований часть дохода, подлежащая налогообложению, уменьшается до 10% и/или количество лет применения увеличивается до десяти. Физическое лицо может воспользоваться освобождением от налогообложения дохода по ставке 70% в течение первых пяти лет и в течение последующих пяти лет, но с применением ставки освобождения 50% [3].

Список литературы:

1. Рощупкина, В.В. Особенности современной государственной налоговой политики для предпринимателей в Российской Федерации / В.В. Рощупкина // Финансы и кредит. – 2019. – Т. 25, № 6(786). – С. 1373-1382.
2. Сеница, Ю.С. Экономические регуляторы поддержания и развития сельского хозяйства (обзор международной практики) / Ю.С. Сеница, О.В. Гвоздева, Е.Ю. Колбнева // Московский экономический журнал. – 2021. – № 11. – DOI 10.24412/2413-046X-2021-10701.
3. Сапожникова, Е.Ю. Нормативно-правовое регулирование налогообложения сельскохозяйственной деятельности в России и зарубежных странах / Е.Ю. Сапожникова, А.Н. Максименко // Сибирский антропологический журнал. – 2022. – Т. 6, № 3. – С. 301-311.

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ СИЛИКАТНОГО КИРПИЧА

Светалкин Евгений Михайлович

*магистрант,
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства,
РФ, г. Пенза
E-mail: adikaevka_01@mail.ru*

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены факторы, оказывающие влияние на качество силикатного кирпича. Главными возможными причинами, влияющими на качество, являются: материалы, оборудование, технология изготовления, влияние окружающей среды и персонал предприятия. Составлена матрица распределения ответственности по устранению причин низкого качества силикатного кирпича. Рассмотрен метод контрольный листок.

Ключевые слова: качество, силикатный кирпич, контрольный листок, управление качеством.

Известно, что в настоящее время наиболее остро стоит вопрос о практическом применении методов оценки качества. При этом важно не только оценивать качество уже созданных изделия, но и проводить постоянный анализ информации о процессах их разработки, создания и эксплуатации. Проведение подобного анализа (мониторинга процессов) позволит выявить наиболее значимые критерии, влияющие на качество, недостаточно отработанные методы («узкие» места), имеющие место в исследуемых процессах и другие показатели, с помощью которых необходимо реально управлять качеством силикатного кирпича (СК). Непосредственное управление должно заключаться в разработке и внедрении различного рода мероприятий, направленных, в первую очередь, на повышение срока службы и эксплуатационных свойств СК, а, следовательно, снижение дополнительных затрат на ремонт.

Для установления и классификации факторов, влияющих на качество, силикатного кирпича применим диаграмму «причина-результат», предложенную в 1943г. японским учёным К. Исикава [1-2]. Разработку диаграммы удобно начинать с перечисления всех возможных причин предполагаемых дефектов, рассортированных по следующим категориям:

1. Причины, обусловленные качеством применяемых материалов;
2. Причины, обусловленные несовершенством методик (инструкций, технологий процессов и т.д.), согласно которым выполняются работы;
3. Причины, обусловленные влиянием оборудования и оснастки, используемых в процессе;
4. Причины, обусловленные квалификацией и опытом рабочих, непосредственных исполнителей работ.

Предположим, что необходимо провести анализ причин преждевременного «отказа» силикатного кирпича (под отказом понимаются следующие возможные дефекты: появление трещин, и т.д.). Перечислим возможные причины «отказа» и разнесём их по категориям:

Технология производства, а именно:

Исходное сырьё, а именно:

- вода: содержание нитратов; содержание молибдена; содержание свинца и цинка;
- песок: модуль крупности; насыпная плотность; содержание глины в комках; истинная плотность; содержание органических примесей; влажность; морозостойкость; зерновой состав;
- известь: содержание активных оксидов кальция и магния; тонкость помола; влажность; скорость гашения.

Вышеперечисленные причины и их влияние представлены в виде диаграммы (рис.1), где следствием или проблемой является качество силикатного кирпича производимого на заводе АО «ЯСМ», Кузнецкий район, с. Ясная Поляна.

Главными возможными причинами, влияющими на качество, являются: материалы, оборудование, технология изготовления, влияние окружающей среды и персонал предприятия.

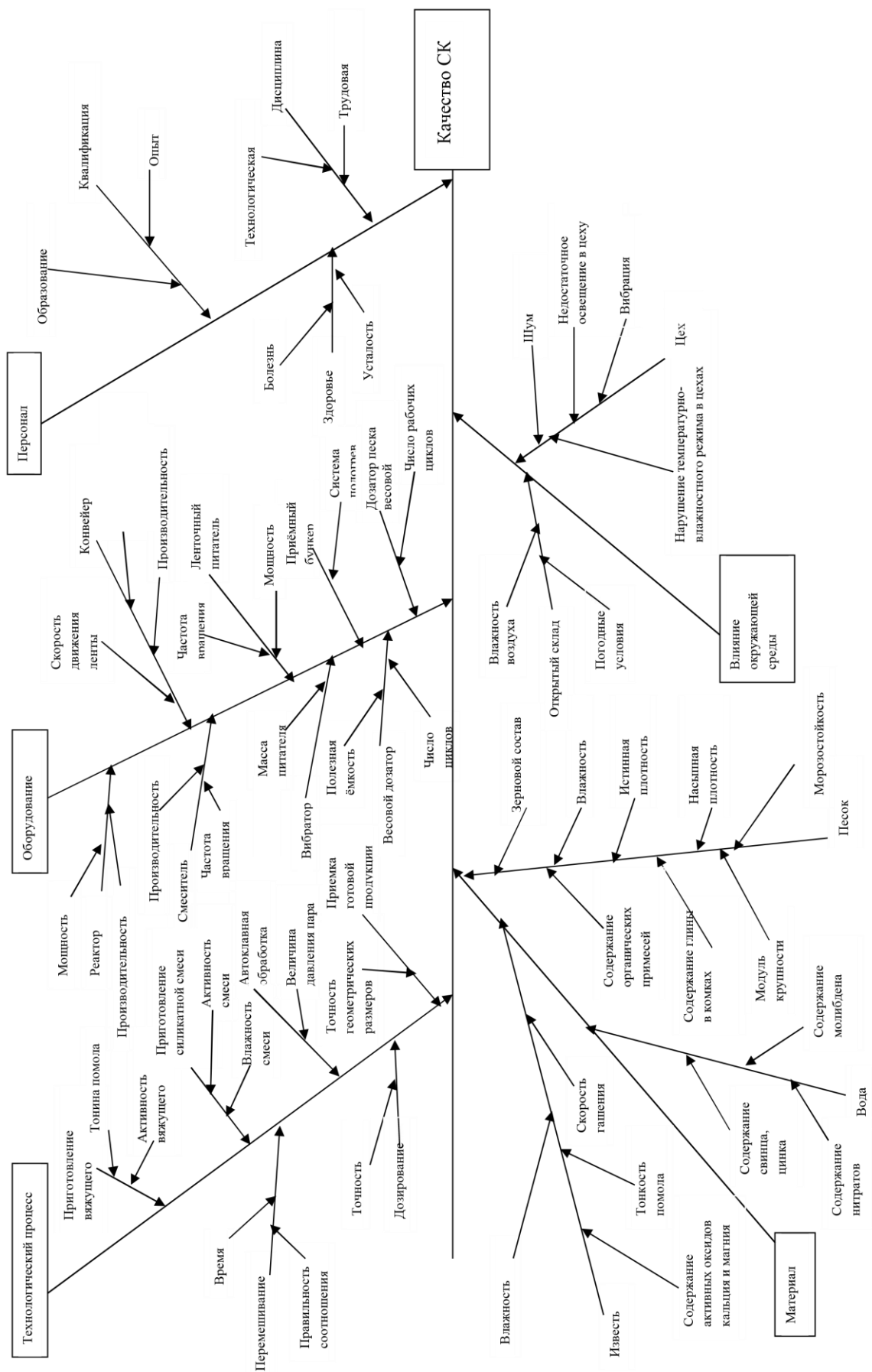


Рисунок 1. Причинно-следственная диаграмма производства силикатного кирпича

Представленная диаграмма является универсальной в том плане, что её можно использовать при исследовании любого дефекта изделия. Различие будет заключаться в том, что в каждом конкретном случае основное внимание необходимо уделять главным причинам «отказа», которые могут быть различны в зависимости от характера дефекта.

Основная цель построения диаграммы – выявить, а затем устранить или минимизировать воздействие выявленных причин, что, несомненно, приведёт к повышению качества.

Практическое значение диаграммы может быть существенно повышено, если дополнить её матрицей распределения ответственности и необходимых действий, в которой отражается, в какой степени причины конкретной проблемы могут управляться собственником (владельцем) процесса и какие действия необходимо предпринять для исключения проблемы. Применительно к анализируемой диаграмме в работе составлена матрица, представленная в виде таблице 1.

Таблица 1.

**Матрица распределения ответственности по устранению причин
низкого качества силикатного кирпича**

ПРИЧИНА	Описание	Владелец	Степень влияния	Необходимые действия
Качество исходного сырья	Несоответствие качества исходного сырья требованиям ГОСТов или потребностям потребителя	Поставщик сырья	Прямая	Изучение потребностей, мирового опыта, развитие системы качества
		Потребитель сырья	Некоторая	Выдвижение чётких требований, работа с известными поставщиками, имеющими сертификаты соответствия
Технология производства	Несовершенство технологии производства	Технолог	Прямая	Доработка техпроцесса
	Несоблюдение технологии производства	Мастер	Прямая	Учёт и контроль основных параметров, соблюдение условий перехода от операции к операции

ПРИЧИНА	Описание	Владелец	Степень влияния	Необходимые действия
		Рабочий	Некоторая	Повышение квалификации, понимание, чёткое выполнение требований
Машины и оборудование	Несоответствие машин и оборудования требованиям техпроцесса	Мастер	Прямая	Контроль за эксплуатацией машин и оборудования, обеспечение рабочих требуемыми инструментами и оснасткой
Методы выполнения работы	Невыполнение требований документированных процедур	Рабочий	Прямая	Повышение квалификации, понимание методик и инструкций
	Несовершенство методик, инструкций	Технолог	Прямая	Доработка (изменение) методик
Опыт и квалификация исполнителей	Несоответствие сложности работы квалификации исполнителя	Мастер	Прямая	Учёт квалификации рабочего при поручении работ различной сложности
		Рабочий	Некоторая	Повышение квалификации

При решении вопроса «Как получать информацию?» в данной статье предложено применять контрольный листок, составленный на основе причинно – следственной диаграммы.

Контрольный листок – бумажный бланк, на котором заранее напечатаны контролируемые параметры, с тем, чтобы можно было легко и точно записать данные измерений. Для получения информации по рассматриваемой проблеме (с учетом диаграммы, приведенной на рисунке 1) предложен контрольный листок, представленный на рисунке 2 [3-4]. Для понятности и упрощения процесса сбора данных контрольный листок содержит только «первичные» показатели (которые нельзя или нецелесообразно вычислять по другим показателям). Полученная таким образом информация (без особых затрат) является ценным статистическим

материалом для проведения исследований в рассматриваемой области (выявление корреляционных зависимостей факторов, построение математических моделей и т.д.), результаты которых являются основанием для разработки и внедрения мероприятий, направленных на повышение качества силикатного кирпича и процессов его создания.

Контрольный листок заполняется исполнителем при участии мастера и хранится в установленном порядке.

В заключении необходимо отметить, что предложенные нами методы позволят обеспечить непрерывный процесс управления и повышения качества путём поддержания постоянной связи (обмен информацией) между производителем СК и строительными организациями.

Список литературы:

1. Коваленко К.О., Закирова А.Р. Поточковая диаграмма и схема Исикавы (причинно-следственная диаграмма) – сравнение, анализ и применение как ведущих методов в управлении качеством / «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». – №3. – 2016.
2. Кульбида О.О., Ищенко А.Л. Использование метода Исикавы при проектировании технологического процесса сборки / Прогрессивные технологии и системы машиностроения. – 2(40). – 2010. – с.94-98
3. Дементьев А.В., Петрова Е.И. Контрольный листок в управлении качеством продукции / Актуальные вопросы науки: сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2017. – с.62-63
4. Терёхина Ю.В., Котляр В.Д., Серебряная И.А., Черенкова И.А. Контрольный лист качества – инструмент сбора и анализа данных при производстве кирпича керамического // ИВД. – №4 (27). – 2013. – С.230

СЕКЦИЯ
«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

**СПОРЫ ОБ ИЗМЕНЕНИИ СПОСОБА ИСПОЛНЕНИЯ РЕШЕНИЯ СУДА
(НА ПРИМЕРЕ СУДОВ ДВФО)**

Большаков Артем Валерьевич
студент,
кафедра гражданско-правовых дисциплин,
Владивостокский государственный университет,
РФ, г. Владивосток
E-mail: avbolschakov@mail.ru

Секретарев Роман Викторович
научный руководитель, канд. филос. наук, доц.,
Владивостокский государственный университет,
РФ, г. Владивосток

**DISPUTES OVER MODIFICATION OF THE METHOD OF EXECUTION
OF THE JUDGMENT (ON THE EXAMPLE OF THE COURTS OF DVFO)**

Artem Bolshakov
Student,
Department of Civil Law Disciplines,
Vladivostok state University,
Russia, Vladivostok

Roman Secretarev
Scientific supervisor, candidate
of Philosophy, associate professor,
Vladivostok state University,
Russia, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена возникающим спорам относительно изменения способа исполнения решений судов, так как они стали более частыми из-за тонкостей, связанных с техническими, правовыми и процедурными аспектами. В большей степени интерес вызывает влияние при изменении способа исполнения решения суда на его фактическую реализацию в практической деятельности, так как изменение способа исполнения решения суда может иметь серьезные последствия

для всех заинтересованных сторон процесса, а, следовательно, выработки предложений по уточнению процессуального законодательства.

ABSTRACT

The article is devoted to the emerging disputes regarding the change of the method of execution of court decisions, as they have become more frequent due to the subtleties associated with technical, legal and procedural aspects. To a greater degree of interest is the impact of changing the method of execution of a court judgment on its actual implementation in practice, as changing the method of execution of a court judgment may have serious consequences for all interested parties to the process, and, therefore, the development of proposals for clarification of procedural legislation.

Ключевые слова: взыскание; изменение способа исполнения решения суда; исполнение решения суда; расходы; стороны исполнительного документа.

Keywords: recovery; changing the method of execution of the court decision; execution of the court decision; expenses; parties to the executive document.

Судебное решение является обязательным для сторон спора и подлежит исполнению в течение установленного срока. Однако в некоторых случаях исполнение судебного решения может стать невозможным или затруднительным в связи с изменением обстоятельств. В таких ситуациях стороны могут обратиться в суд с ходатайством об изменении способа исполнения судебного решения. Изменение способа исполнения судебного решения возможно только при наличии уважительных причин, на основании которых суд принимает решение об удовлетворении ходатайства либо о его отклонении. При этом изменение способа исполнения решения суда может оказать влияние на права и интересы истца и ответчика, которые формировались в ходе судебного разбирательства; может существенно влиять на абсолютные и относительные права этих сторон; может повлиять на сроки исполнения решения. Например, если первоначально решение суда предусматривало исполнение в течение месяца, а новый способ исполнения предусматривает исполнение в течение полугода, то сроки исполнения решения

суда будут увеличены, кроме того может повлиять на стоимость исполнения решения. Так, если первоначально решение суда предусматривало исполнение путем передачи имущества взыскателю, а новый способ исполнения предусматривает исполнение путем продажи имущества с торгов, следовательно, стоимость исполнения решения может увеличиться за счет расходов на проведение торгов, кроме того, могут быть затронуты права и интересы третьих лиц, имеющих права на данное имущество [1]. Помимо этого, изменение способа исполнения решения суда непосредственно влияет на процесс осуществления судебного контроля и обеспечение исполнения решений.

Таким образом, рассматривая влияние изменения способа исполнения решения суда на его фактическую реализацию отметим, что при переходе к новому порядку исполнения могут возникнуть технические, организационные или финансовые трудности, которые приведут к задержке или даже невозможности исполнения требований, указанных в решении. В некоторых ситуациях переход к новому порядку или способу исполнения может оказаться невозможным, в частности возможным последствием является риск утраты права на исполнение, включая потерю доверия, юридическую неопределенность.

В свою очередь изменение способа исполнения решения может иметь важное значение для общеправовой практики и прецедентов. Если суд изменяет способ исполнения в одном конкретном случае, это может повлиять на подходы судебных органов в других подобных случаях. Изменение способа исполнения решения суда также может привести к необходимости дополнительных действий и затрат со стороны сторон исполнительного документа. Например, если решение суда изменяет способ исполнения с обязательства на передачу имущества, стороне придется потратить время и ресурсы на оценку, и передачу указанного имущества. Это может вызвать дополнительные сложности и расходы, которые необходимо учесть при принятии решения об изменении способа исполнения (определение Арбитражного суда Амурской области от 21.11.2017 по делу №А04-6552/2015, постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 24.01.2018 по делу № А04-6552/2015 Арбитражного суда Амурской) [3].

В свою очередь следует говорить и о том, что в настоящее время в российском законодательстве отсутствует конкретный перечень оснований, позволяющий изменить порядок и способ исполнения решения суда. Это приводит к разноречию в судебной практике и затрудняет реализацию конституционного права граждан на судебную защиту.

Суды придерживаются позиции, что при изменении порядка и способа исполнения решения суда, сама суть решения суда должна оставаться неизменной. Это означает, что нельзя полностью изменить способ и порядок исполнения решения суда, а можно лишь установить дополнительные или альтернативные способы исполнения. Кроме того, на практике не всегда удается четко провести грань между изменением существа решения и изменением порядка и способа его исполнения. Например, если в судебном решении указано, что орган местного самоуправления обязан предоставить гражданину жилое помещение, то суд не может изменить этот способ исполнения на взыскание с органа исполнительной власти денежных средств, с целью самостоятельного приобретения жилого помещения. Это будет означать изменение существа решения, что недопустимо.

В то же время, если орган местного самоуправления не имеет возможности своевременно предоставить гражданину жилое помещение, то суд может установить новый способ исполнения решения суда, например, обязать орган исполнительной власти выплачивать гражданину ежемесячную компенсацию за несвоевременное предоставление жилого помещения.

В свою очередь следует отметить положительное влияние на изменение способа исполнения решения суда: Во-первых, исполнение судебного решения, которое нарушалось ранее, защита прав и интересов сторон. Это важно для поддержания законности и справедливости в обществе. Во-вторых, изменение способа исполнения решения суда может привести к реструктуризации финансовых обязательств или снижению суммы выплат, если решение суда было обжаловано. Это позволяет сторонам найти компромиссное решение и уменьшить финансовую нагрузку. Кроме того, изменение способа исполнения решения суда дает возможность получить компенсацию за ущерб, причиненный нарушением этого

решения. Это способствует восстановлению справедливости и возмещению убытков. Например, если ответчик несвоевременно исполнил решение третейского суда, отсрочка исполнения определения о выдаче исполнительного листа не освобождает этого ответчика от уплаты процентов за пользование чужими денежными средствами; судебных расходов и т.д. [2].

Таким образом, изменение способа исполнения решения суда имеет и множество положительных аспектов. Оно способствует защите прав и интересов сторон, реструктуризации финансовых обязательств, компенсации ущерба и повышению уровня безопасности. При этом важно учитывать все последствия и риски, связанные с таким изменением, чтобы обеспечить справедливость и эффективность судебного процесса для всех сторон.

Список литературы:

1. Березовин Н.А. Основы криптографии: учеб. пособие. Мн.: Новое знание, 2004. – 336 с. Власов А.А. Арбитражный процесс Российской Федерации: учеб. пособие для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. – 776 с.
2. Обзор судебной практики по некоторым вопросам защиты прав собственника от нарушений, не связанных с лишением владения: Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 15 января 2013 г. № 153 // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_143244/. (дата обращения: 18.01.2024).
3. Постановление Шестого арбитражного апелляционного суда от 24.01.2018 по делу № А04-6552/2015 Арбитражного суда Амурской // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=RAPS006&n=63826&ysclid=lsrct26mpj981306149#ox1Fd4UyGsN675X> (дата обращения 17.01.2024).

PAPERS IN ENGLISH

SECTION

"INFORMATION TECHNOLOGY"

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INFORMATION SUPPORT FOR TRANSPORT AND LOGISTICS PROCESSES AND NEW TECHNOLOGIES OF TRANSPORT PROCESSES IN TRANSPORT AND LOGISTICS DELIVERY SYSTEMS OVERSIZED CARGO

Alexandra Tashilina

*Master's student,
Department of Logistics and Marketing,
Volga State University of Water Transport,
Russia, Nizhny Novgorod
E-mail: sasha.tashilina@yandex.ru*

Korshunov Dmitry Alexandrovich

*Scientific supervisor,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department
of Logistics and Marketing,
Volga State University of Water Transport,
Russia, Nizhny Novgorod*

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ В ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ ДОСТАВКИ НЕГАБАРИТНЫХ ГРУЗОВ

Тащилина Александра Денисовна

*магистрант,
кафедра логистики и маркетинга,
Волжский государственный
университет водного транспорта,
РФ, г. Нижний Новгород*

Коршунов Дмитрий Александрович
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры логистики и маркетинга,
Волжский государственный
университет водного транспорта,
РФ, г. Нижний Новгород

ABSTRACT

In the modern world, it is difficult to imagine the organization of the delivery of bulky and/or heavy goods, both by indirect and mixed communication, without the use of information and/ or communication technologies and software that automate the operations of the transport and logistics process.

The introduction of new information technologies and digitalization of the provision and information support of the transport and logistics process directly affects the development of elements of logistics processes in general.

АННОТАЦИЯ

В современном мире сложно представить организацию доставки крупногабаритных и/или тяжеловесных грузов, как в прямом, так и в смешанном сообщении, без применения информационным и/или коммуникационных технологий и программные обеспечения, автоматизирующие операции транспортно-логистического процесса.

Внедрение новых информационных технологий и цифровизация обеспечения и информационного сопровождения транспортно-логистического процесса напрямую влияет на развитие элементов логистических процессов в целом.

Keywords: directions of development, transport and logistics processes, delivery systems, multimodal transportation, digitalization, information technology, oversized cargo, bulky and/or heavy cargo.

Ключевые слова: направления развития, транспортно-логистические процессы, системы доставки, смешанные перевозки, цифровизация, информационные технологии, негабаритные грузы, крупногабаритный и/или тяжеловесный груз.

Currently, as a result of the development of international relations, the increase in trade and economic relations, the sphere of information support is actively gaining momentum and is constantly developing. The development of information and communication technologies and their practical application in all processes, including transport and logistics, directly affects the speed of solving emerging problems and the efficiency of interaction between participants.

The development of information support and the practical application of new digital technologies correspond to the constantly changing market requirements in modern conditions and the growth of competition in the provision of logistics and freight forwarding services.

The transport and logistics process includes the entire complex of operations for the organization of transportation and related activities (transshipment, unloading, storage, terminal processing, etc.), documentation and the process of interaction of participants in the process, management of emerging financial and information flows. Modern information support of the transport and logistics process should include not only the maximum transition to electronic document management and unification of the necessary accompanying and accounting documents confirming and fixing the route of movement of material assets, but also automate the management of material flows, integrated management and comparison of needs and resources.

The introduction of modern technologies for information support of the transport and logistics process currently allows not only to plan the need for resources, plan the movement and distribution of resources, synchronize data with potential participants in the transport and logistics process in parallel, but also to formulate scientific and technical tasks and create a mathematical and/or simulation model of the transport and logistics process or its separate element.

In modern logistics, as in other areas, the transfer of document flow to an electronic digital format is being actively introduced. Electronic document management has a number of main advantages:

- Optimization and saving of time resources (Reduction of time spent on registration, editing and processing of documents. Automatic saving of originals and backup copies of accompanying and accounting documents.);
- Reducing the cost of exchanging and processing documents;
- Improving in-process operations, and therefore simplifying control, as well as improving the security and safety of information.

To date, the trend of EDI development continues, according to statistics compiled by TAdviser (Russian Internet portal and analytical agency), the volume of the Russian market for electronic document management systems (EDMS), corporate content management systems (ECM (Enterprise content management)), corporate content management system platforms (CSP (Content Service Platform)), is represented by in Figure 1.

According to TAdviser forecasts, the growth of the Russian market of EDMS, ECM and CSP systems in 2023 will be about 10-11%. At the end of 2023, TAdviser plans to clarify and, if necessary, adjust these data.

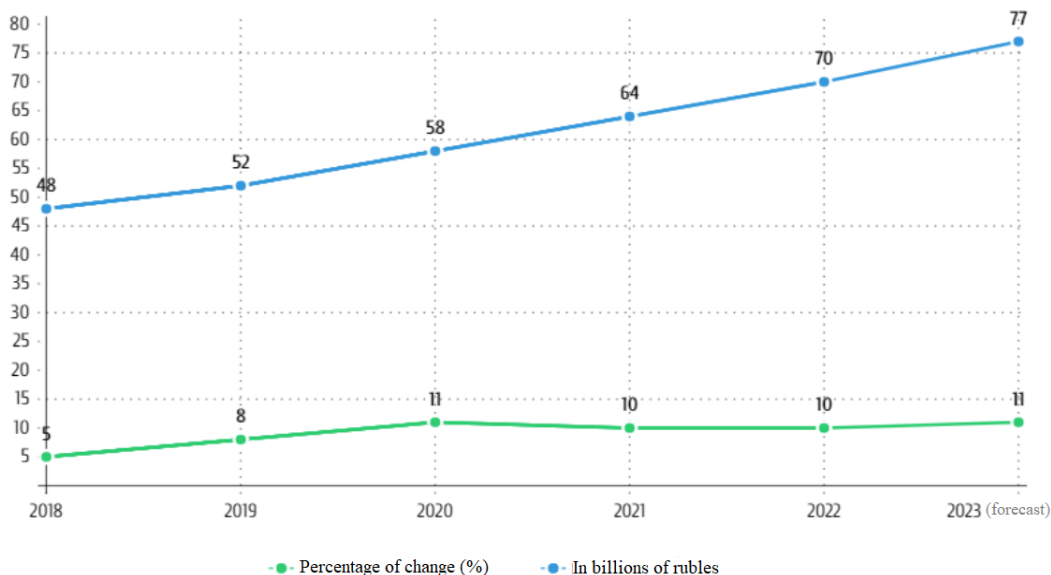


Figure 1. The volume of the Russian market of EDMS, ECM and CSP systems

Also, according to the TAdviser analysis, the shares of electronic document system projects are distributed as follows (Figure 2):

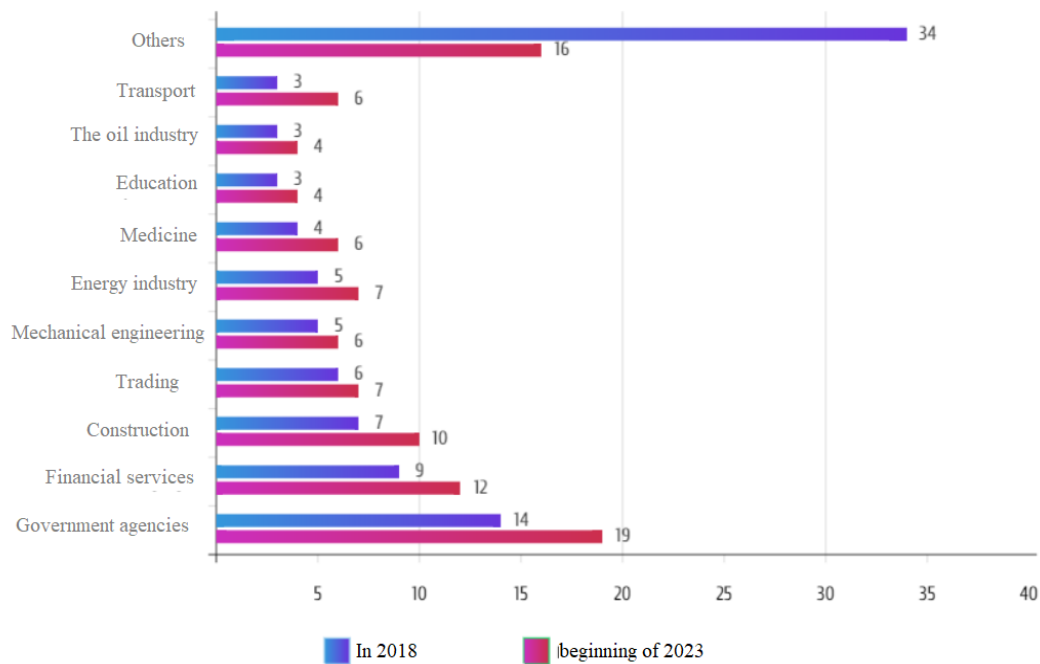


Figure 2. Shares of EDMS/ECM projects by industry

The introduction of electronic document management systems has become one of the goals of the Transport Strategy of the Russian Federation for the period 2030 with a forecast until 2035. The Ministry of Transport of the Russian Federation, with regard to digitalization, is currently actively implementing electronic navigation maps, sets tasks to create a single electronic form of accompanying documents, as well as accounting documents and electronic seals.

The basic principles in the organization of the transport and logistics process, as well as the entire logistics in general, are:

1. Deliver the goods on time (Just in time);
2. Resource allocation/production planning;
3. Reducing inventory and minimizing costs;
4. Efficiency of coordination of interaction and decision-making;
5. Safety.

The introduction of the basic tools of the Production System and the principles of Lean manufacturing make it possible to optimize the existing situation of interaction and resource allocation of participants in the transport process using publicly available and proven solutions to organizational and production tasks.

Modern information systems make it possible to implement all the principles of the organization of the transport and logistics process with maximum efficiency and accuracy. Planning and distribution systems (for example, Material/manufacturing requirements resource planning (MRP I/ MRP II) and Distribution requirements resource planning (DRP I/DRP II) systems, as well as various information technology solutions from development companies providing proven template solutions). Routing, tracking and mathematical simulation systems allow you to work out each operation of the transport and logistics process in as much detail as possible, as well as to analyze and work out solutions to various technical and technological problems both in a working and operational manner.

One of the promising and actively developing areas of application of information and communication technologies for ensuring transport and logistics processes:

- Automatic cargo tracking using GPS systems and actively implemented artificial intelligence technologies in them. Also in this direction, after the successful introduction of RFID tags, devices connected to the local Internet of Things network began to be intensively developed and implemented to track and account for cargo in temporary storage warehouses.

- Unification and transition to electronic document management, with the use of a simple or enhanced qualified electronic signature.

- Systems and sensors for virtual inspection of containers, packaging and seals of cargo spaces.

The technologies used in the transport and logistics process are becoming more automated, reducing time and material resources, as well as increasing safety and increasing transparency of the entire process. At the same time, the question arises of maintaining the reliability of such systems and minimizing the likelihood of data changes, hiding the details of the transport and logistics process and replacing accounting documents, therefore, the blockchain system, actively implemented in logistics by foreign and large domestic companies, is gaining popularity.

In 2022, distributed ledger technologies began to be implemented by large companies, including domestic and foreign participants in the transport and logistics process, in the basics of organizing their work and interacting with other participants in various processes arising in their field of activity, as well as the management of tangible and digital assets. Similar to TCP/IP protocols (Transmission Control Protocol/Internet Protocol – Transmission Control Protocol/Internet Protocol), which provide basic support for corporate network communications, shared registries can become an integral part of the operations of the transport and logistics process, allowing you to create and track routes of value and accompanying/reporting data on status, transfer of ownership, responsibilities, risks, etc.

Blockchain and Distributed Ledger Technology (DLT) system platforms allow you to change the usual process of organization and interaction between participants in the transport and logistics process, tracking document flow routes and transitions of responsibilities, cargo movement, determining and fixing the origin of cargo and/or operations that occurred during the transport and logistics process, control of sent data and identification management, professional certificates, copyrights and other tangible and digital assets.

According to the statistics of the movement of material flows for 2022, the percentage of transportation of oversized, long and heavy goods (NTG) is about 2% of the entire transport services market. At the same time, road transport accounts for 97%, while rail transport accounts for only 2%, the remaining 1% belongs to inland waterway transport.

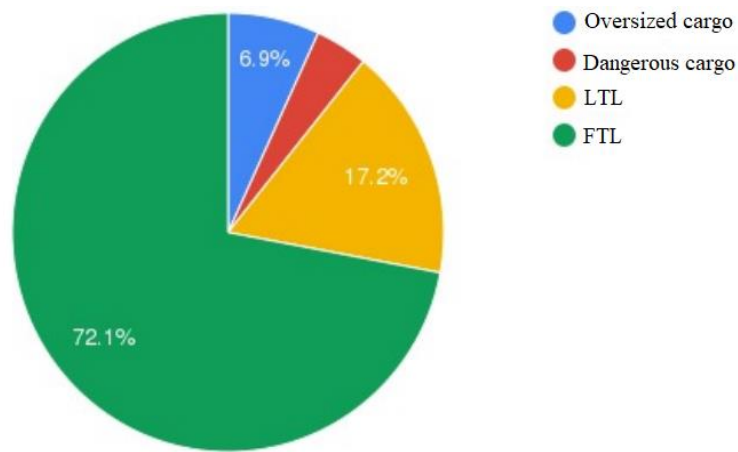


Figure 3. The share of freight shipment types in the road transport market

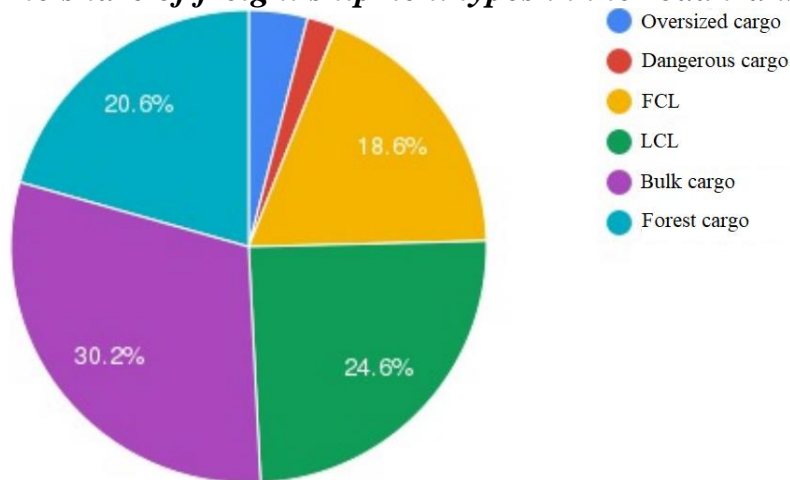


Figure 4. The share of shipments of cargo types in the maritime transportation market

To date, the organization of delivery and transportation of bulky and/ or heavy goods, due to the specifics and non-standard nature of the cargo being transported, is a special type of transport activity. When organizing the delivery of bulky and heavy goods, even more attention is paid to the integrity and safety of the delivered cargo, as well as compliance with pre-agreed delivery dates from the sender to the consignee at the destination, since most often the customers of this type of transport activity are manufacturing enterprises.

To date, many scientific and research projects are aimed at studying modern technical and technological innovations in the field of transport and logistics processes, transportation, warehousing, transshipment and information and communication support.

Summing up, the introduction of modern information technologies into the organization, planning, control and interaction of participants in transport and logistics processes of cargo delivery makes it possible to automate all operations, reduce the cost of time and material resources, increase the safety and security of data transmission, as well as reduce the likelihood of accidental or intentional errors in the transmitted information or process.

Automated analytics and process simulation are already becoming central elements of the logistics sector, allowing you to get solutions based on accurate mathematical and information data, allowing you to work out the chosen solution at any level and quickly determine the rationality and optimality of its application.

References:

1. Логистика смешанных перевозок : монография / В.Н. Костров [и др.] ; под ред. В.Н. Кострова. – Нижний Новгород : Изд-во ФГБОУ ВО «ВГУВТ», 2020. – 124 с.
2. Месник, Д.Н. Развитие транспортно-логистической системы в условиях формирования инновационной экономики / Д.Н. Месник. – Минск : БНТУ, 2023. – 282 с. – ISBN 978-985-583-896-9.
3. Ничипорук А.О. Опыт и проблемы построения транспортно-логистических систем доставки грузов // Вестник ВГАВТ. – 2017. – №50. – С. 212–218.
4. Тащилина А.Д., Целищева Ю.В., Костров В.Н. Основные проблемы, возникающие при организации мультимодальных перевозок тяжеловесных и крупногабаритных грузов из России в страны Дальнего зарубежья / ВСЕРОССИЙСКИЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции (13 июня 2022 г.). – Петрозаводск : МЦНП «Новая наука», 2022. – 248 С.
5. Федеральный закон от 08.11.2007 № 259-ФЗ (ред. от 18.03.2020) «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72388/f9ebcb5a876e9bb41cba22331bd9d9cd26e8347e/

ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ МАҚАЛАЛАР

БӨЛІМ

«АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯ»

КІТАПХАНА ҚЫЗМЕТІНДЕ МОБИЛЬДІ МАРКЕТИНГТІ ҚОЛДАНУ

Нүсіпжанова Маржан Есейқызы

*магистрант,
дүниежүзі тарихы, тарихнама және деректану кафедрасы
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
ҚР, Алматы қ.*

E-mail: marzhan.nusipzhanova.1998@mail.ru

Нұржанова Гүлмира Исатайқызы

*ғылыми жетекші, п.ғ.к., қауым.проф.м.а.,
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті
ҚР, Алматы қ.*

E-mail: nurzhanova.gulmira.24@gmail.com

АНДАТПА

Қазіргі таңда ақпараттық технологиялар күн санап дамып келеді. Технологиялардың дамуы адамдарға жұмысын, оқуын, қаржылық мүмкіндіктерін, басқа да салаларын бір құрылғы арқылы, кез-келген уақытта, өзіне ыңғайлы жерде басқаруға мүмкіндік ашты. Бұл қоғамда жаңа салалар мен мамандықтардың пайда болуына алып келді, және бұрыннан қызмет көрсетіп келе жатқан салалардың қоғам талабына сәйкес үнемі даму процессінде болуын талап ететінін көрсетті. Бұған технологиялардың дамуымен қатар пайда болған мобильді маркетинг саласы мен осы саланың кітапхана қызметін дамытуға тигізер әсерін мысал ретінде қарастыруға болады. Ұсынылып отырған мақалада мобильді маркетинг ұғымы анықталып, мүмкіндіктері мен түрлері қарастырылып, қазіргі қоғамда алатын орны мен тенденциялары талданды және оның кітапхана қызметінде пайдалану мүмкіншіліктері сарапталды. Мобильді маркетингтің негізгі құралы саналатын мобильді қосымшалардың заманауи кітапхананың

қызметіндегі орны мен рөлі туралы мәселе көтерілді. Шетелдік тәжірибие негізінде отандық кітапхана қызметінде мобильді қосымшаларды қолдану мүмкіндіктерді ұсынылады.

АННОТАЦИЯ

В настоящее время информационные технологии развиваются день ото дня. Развитие технологий открыло людям возможность управлять своей работой, учебой, финансовыми возможностями, другими областями с помощью одного устройства, в любое время, в удобном для себя месте. Это привело к появлению в обществе новых отраслей и специальностей, и показало, что уже существующие сферы деятельности требуют постоянного присутствия в процессе развития в соответствии с требованиями общества. Примером этого можно считать появившуюся параллельно с развитием технологий отрасль мобильного маркетинга и влияние этой отрасли на развитие библиотечной деятельности. В предлагаемой статье определено понятие, возможности и виды мобильного маркетинга, проанализировано место и тенденции в современном обществе и проанализированы возможности его использования в библиотечной деятельности. Поднимался вопрос о месте и роли мобильных приложений в деятельности современной библиотеки, являющейся основным инструментом мобильного маркетинга. На основе зарубежного опыта в отечественной библиотечной деятельности были предложены возможности использования мобильных приложений.

Кілт сөздер: мобильді маркетинг, кітапханалық маркетинг, мобильді қосымшалар, мобильді технологиялар.

Ключевые слова: мобильный маркетинг, библиотечный маркетинг, мобильные приложения, мобильный технологий

Бүгінгі таңда телефонсыз өмірді елестету қиын. Мобильді технологиялар пайдаланушылар үшін өз үйлері мен кеңселерінен шықпай-ақ, сондай-ақ ұялы телефондарымен бірге жүретін кез-келген жерден байланыс пен ақпаратқа қол жетімділікті өте ыңғайлы етті. Бүкіл әлем бойынша ұялы телефон абоненттерінің

саны 3,3 миллиардты құрайды, бұл әлем халқының жартысына тең. Шамамен соңғы он жылдықта мобильді технологиялар адамдардың ақпаратқа қол жеткізу және бөлісу үшін пайдаланатын негізгі интерфейстің біріне айналды. Осыған сәйкес қазіргі уақытта барлық қызмет түрлері мобильді құрылғыларға икемделіп жасалып жатыр. Бұл өнімдерді кең насихаттау үшін мобильді маркетингті қолданады. Мобильді маркетинг – мобильді құрылғылардың көмегімен өнімді насихаттауға бағытталған шаралар кешені. Мобильді маркетингтің міндеті – тұтынушылармен мобильді құрылғылар арқылы қарым-қатынас орнату. Мобильді маркетинг түрлеріне мобильді қосымшалар/бағдарламалар, смс-маркетинг, аудиодыбыстық маркетинг, мобильді баннерлік жарнамалар жатады.

Өткен жылы әлеуметтік желілерді пайдаланушылар саны 13% – дан астамға өсті. 2020 жылы күн сайын орта есеппен 1,3 миллионнан астам жаңа тіркелулер жасалды, бұл секундына шамамен 15,5 жаңа пайдаланушыны құрайды. 2021 жылдың басында әлеуметтік желілерде жарты миллиардқа жуық жаңа қолданушылар тіркелді [1, с. 55].

Ақпараттық технологиялардың дамуы көптеген қоғамдық институттардың қызметін айтарлықтай өзгертті. Бүгінгі уақытта кітапханаларды әртүрлі жаңа ақпараттық технологияларсыз елестету мүмкін емес. Қазіргі қоғамның талаптарына бейімделу қажеттілігіне байланысты кітапханалар өз қызметін жақсартатын жаңа технологияларды енгізуге тиіс. Жаңа технологияларды қолданудың ішінде мыналарды атап өтуге болады: RFID технологиясы, виртуалды көрмелер құруға арналған QR кодтары, мобильді аудио нұсқаулықтар, бұлтты технологиялар және басқалар. Кітапхананы ақпараттық ортада насихаттау тәсілі де өзгерді – көпшілігінің жеке сайты мен әлеуметтік медиа парақшалары бар. Әрине, кітапханалар мобильді құрылғылар мен технологиялардың пайда болуымен және оларды кез-келген адамның өмірінде оның ажырамас бөлігі ретінде қабылдаумен бірге пайда болған ақпараттық мүмкіндіктерді назардан тыс қалдырмады. Кітапхана пайдаланушыларының көпшілігі дерлік ұялы телефондарға иелік ететіндіктен және олардың саны артып келе жатқандықтан, кітапханалар өз қызметтерінде мобильді технологияларды пайдалануды көбірек насихаттауы

қажет. Мобильді технологиялар қызметін жаңадан бастаушыларға да, тәжірибелі кітапханашыларға да мобильді қоғамда өзекті болып қалуға көмектеседі. Олар технологиялық өзгерістерден хабардар болып, кітапханалардың мобильді ортада өзара әрекеттесуінің болашағына дайындалуы керек. Мобильді құрылғылар мен қызметтер кітапхана қызметтерін пайдаланғысы келетіндер үшін үлкен мүмкіндіктер ұсына алады.

Кітапханаларға арналған мобильді қосымшалар ұсынатын әлеуетті мүмкіндіктерді келесі топтарға бөлуге болады:

- жаңа пайдаланушыларды тарту мүмкіндігі;
- ұйым ұсынатын қызметтер спектрін кеңейту;
- ұйым, жинақ, кітап қоры туралы ақпаратты қолжетімді ету;
- қызметкерлердің жұмысын жеңілдету. Мысалы, электрондық каталогтар

қажетті басылымның қай жерде екенін өз бетінше іздеуге көмектеседі.

- жеке гаджеттерді пайдалану; Кітапханалардың стационарлық терминалдарды сатып алу және техникалық қызмет көрсету шығындарын азайтады

Жаңа мобильді технологиялар кітапхана қызметтерін қол жетімділікке, жылдамдыққа, бірегей деректі жинақтардың ашылуына қарай оңтайландырады. Дүние жүзіндегі көптеген кітапханалар осы жолмен жүріп келеді. Өз қосымшаларын қазірдің өзінде Британ кітапханасы, Сингапурдағы Наньянг политехникалық университетінің кітапханасы, Гонконг қоғамдық кітапханаларының қауымдастығы құрды [2, с. 13].

Кітапхананың осы салаға енуіне алғашқы әрекетін Британ кітапханасы жасады, 2011 жылдың қаңтарында ол танымал мобильді операциялық жүйелерге негізделген мобильді құрылғыларға арналған жаңа қосымшаны ұсынды. Treasures қосымшасы ("Қазына") Treasures галереясында сақталған цифрланған құжаттарға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Кітапхана қорларын цифрландырудың бұл қадамы оларды мобильді платформаларда мүмкіндігінше қолжетімді ету мақсатында жасалды, өйткені Ұлыбританияның аймақтық кітапханаларының бестен бір бөлігі жергілікті өзін-өзі басқару органдарының қаржыландыруының үлкен қысқаруына байланысты жабылу қаупіне ұшырады.

Осы қосымшаның арқасында кітапханада сақталған сирек және құнды басылымдарды зерттеуге мүмкіндік туды [3, с. 62].

Ресей нарығында ең танымал даму 2012 жылы Ресей мемлекеттік кітапханасы ұсынған «eRSL» мобильді қосымшасы болды. Ол РМК электрондық каталогына және оның электрондық жинақтарына қол жеткізуді қамтамасыз етеді. Оның көмегімен сіз кітаптар мен құжаттардың библиографиялық сипаттамаларын таба аласыз, сонымен қатар кез-келген цифрланған құжаттардың мазмұнын көре аласыз. Бірақ құжаттарды тек ашық қол жетімді және iPad нұсқасында болған жағдайда ғана оқуға болады. Қолданбада жеке кабинетпен синхрондау мүмкіндігі жоқ және кітапты тікелей қолданбадан тапсырыс беру мүмкіндігі қарастырылмаған.

Кітапханалық мобильді құрылғыларды талдау барысында табылған мобильді қосымшалардың перспективалық идеяларының ішінде мыналарды бөліп көрсетуге болады:

- Бөлімдердің, орталықтардың және библио технологиялық залдардың орналасуын 3D модельдеу, GPS навигациясын қосу және тағы басқа мүмкіндіктерге ие iOS және Android платформаларына арналған 3D технологиясы бар "мобильді 3D кітапхана картасы" қосымшасының жобасы. Аталмыш жоба Сингапурдағы Наньянг политехникалық университетінің кітапханасында құрылды.

- Оптикалық таңбаларды тануды қолдану. Урбана-Шампейндегі Иллинойс университеті студенттерге кітапхана құжаттарын сканерлеуге және бүкіл қордан ұқсас тақырыптағы құжаттарды табуға мүмкіндік беретін қосымша әзірледі. Сондай-ақ, қосымшаны жетілдіру идеялары бар – пәннің (курстың) атауы бойынша құжаттарды іздеу, тегін бағдарламалық жасақтаманы қолдану арқылы QR кодтарын тану мүмкіндіктері [4, с. 362].

Қазақстандық кітапханалардың қызметінде мобильді технологияларды пайдалану әлі де болсын кең таралмаған. Әртүрлі білім беру орталықтары және кітап саудасымен айналысатын ұйымдар өз қызметтерін жетілдіру мақсатында жасаған электронды кітаптар мен деректер жиынтығынан тұратын мобильді

қосымшалар бар, бірақ бұл қосымшалардың қорлары айтарлықтай көп емес, және кітапханалармен серіктестікте болмағандықтан пайдаланушыларына көптеген қызмет түрлерін ұсына алмайды. Қазақстанда кітапхана саласын енді ғана дамып келе жатқан салалардың қатарында десек те болады. Отандық кітапхана тәжірибесінде мобильді маркетингтің бір түріне жататын әлеуметтік медиа маркетингтер кең қолданыс табуда. Бұл кітапханалардың жеке сайттарының дамуынан, өз қызметтерін кең насихаттау үшін қолданылатын әлеуметтік желілердегі парақшаларының сапалы жүргізіліп келе жатқандығынан айқын байқалады. Дегенмен отандық кітапханалар қызметтерін мүмкіндіктерін кеңінен насихаттай алатын, кітапханалардың әр типіне икемделіп, жоғарыда шетелдік кітапханалар тәжірибесі нәтижесінде көрініс тапқан мобильді қосымшалардың мүмкіндіктерін ескере отырып өз мобильді қосымшаларын дайындап шығарса, ол кітапхана оқырмандарының кең қолданысына ие болатынына сеніммен қарауға болады. Бұл өз кезегінде отандық кітапхана саласын дамытудың жаңа сатысы деп қарастыруға болар еді.

Қорытындылай келе, кітапханада мобильді технологияны қолдану тактикалық және стратегиялық қажеттіліктерге байланысты өзгеруі мүмкін. Мобильді құрылғыларға арналған өз жобасын жасау кезінде шетелдік тәжірибеге сүйене отырып, отандық кітапханалар уақыттың әр сәтінде өз пайдаланушысына қандай қызметтерді жақындатқысы келетінін таңдай алады және ең қолайлы шешімді қолдана алады. Мобильді құрылғыларды пайдаланушылардың санының күн санап артуының нәтижесінде пайда болған мобильді маркетингі кітапхана қызметінде пайдалану өте өзекті және актуалды мәселе екені айқын. Шетел тәжірибесінде кітапхана қызметінде мобильді қосымшаларды пайдалану он жыл бұрын қолға алынған, және өз қызметтерін жаңа технологиялардың пайда болуымен үздіксіз дамытып келеді. Отандық кітапханалар да көштен қалмай, заман талабына, сұранысына сай, өз қызметтерін үздіксіз дамытып отыруы шарт. Бәсекелестік уақытта кітапханалар негізгі ақпараттық институт деген атауына лайық болуы қажет, сол себепті де өз қызметтерін басқару үшін менеджменттің

жана әдістерін, дамыту үшін жаңа технологияларды, өнімдерін насихаттау үшін маркетингтің барлық мүмкіндіктерін пайдаланулары тиіс.

Әдебиеттер тізімі:

1. Михайлова Е.В. Мобильные технологии в современной библиотеке: выбираем лучшее // Библиотеки вузов Урала: проблемы и опыт работы: По материалам научно-практической конференции: Научно-практический сборник, Екатеринбург, 30 сентября – 01 октября 2014 г.
2. Савицкая Т.Е. Мобильные технологии в работе библиотек: зарубежный опыт // Научные и технические библиотеки. – 2020. – №4.
3. Bhoj HS. Mobile based library services. IP Indian J Libr Sci Inf Techno 2020;5(2):61-4
4. Malathy S, Kantha P. Application of mobile technologies to libraries. DESIDOC J Libr Inf Technol 2013;33(5):361-6.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ.
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Электронный сборник статей по материалам CLXXXIII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 4 (182)
Февраль 2024 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +



СибАК
www.sibac.info